

344.046  
HAR  
E e1

# **ETIKA EKOBISNIS SEBAGAI LANDASAN UTAMA DALAM PENGEMBANGAN PERUSAHAAN**



## **TESIS**

Disusun untuk memenuhi persyaratan guna  
memperoleh Derajat Sarjana-S2 Magister Ilmu Hukum

Dosen Pembimbing :  
Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH

Disusun Oleh :

Nama : Dewi Harastuti  
NIM : B4A 001016

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2003**

UPT-PUSTAKA-UNIPD

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis Berjudul :

### **ETIKA EKOBISNIS SEBAGAI LANDASAN UTAMA DALAM PENGEMBANGAN PERUSAHAAN**

Disusun oleh :  
**Dewi Harastuti**  
NIM. B4A 001016

Dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 3 Juli 2003

Tesis ini telah diterima sebagai  
persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Ilmu Hukum

UPT-PUK-UNDIP
No. Dft: 2109/H/mtH/ku
Tgl. : 27. Juli. 03.

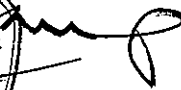
Pembimbing,

Mengetahui :

Ketua Program Magister Ilmu Hukum

  
**Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH**  
NIP. 130 368 053



  
**Prof. Dr. Barda Nawawi Arief, SH**  
NIP. 130 350 519

## ABSTRAKSI

Salah satu isu penting dalam globalisasi adalah masalah lingkungan. Oleh karena itu, semua pihak mempunyai kewajiban untuk memberikan perlindungan terhadap lingkungan secara proporsional.

Kegiatan industri mempunyai andil yang cukup besar terhadap pencemaran lingkungan. Untuk menjaga kelestarian lingkungan seharusnya pelaku usaha dapat menerapkan etika ekobisnis. Dimana pelaku usaha tidak saja bertanggungjawab pada lingkungan, tetapi juga mempunyai tanggungjawab sosial dan bertanggungjawab pada tenaga kerja.

Untuk mengetahui penerapan etika ekobisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka dilakukan penelitian di beberapa perusahaan minuman ringan berskala besar dan berskala menengah kebawah di wilayah Kota Semarang.

Banyak kendala yang dihadapi dalam menerapkan etika ekobisnis, utamanya bagi pelaku usaha berskala menengah kebawah, karena umumnya mereka tidak mempunyai dana yang cukup dan belum mempunyai itikad baik untuk melestarikan lingkungan. Hampir tidak ada kendala yang dihadapi oleh perusahaan berskala besar dalam menerapkan etika ekobisnis.

Penerapan etika ekobisnis ikut mempengaruhi pengembangan perusahaan, utamanya jika perusahaan hendak mengeksport produknya ke Luar Negeri. Bagi perusahaan berskala menengah kebawah, belum begitu merasakan pengaruh etika ekobisnis dalam pengembangan perusahaan. Karena upaya pengembangan perusahaan tidak mengarah pada pasar yang mensyaratkan aplikasi etika ekobisnis.

Perusahaan menengah kebawah pada umumnya belum mendefinisikan visi dan misinya dengan jelas, dimana aspek-aspek etika ekobisnis sudah merupakan bagian dari visi dan misi perusahaan, karena hal tersebut sudah merupakan tuntutan global yang menjadi targetnya.

## ABSTRACT

Environment is one of important issue in globalisation. All parties have responsibility to protect environment proporsionally.

The biggest environment pollution caused by industry. To protect environment, business expected to implement ecobusiness-ethics . Businessman have some kinds of responsibilities, i.e. :

- environment responsibility
- social responsibility
- labour responsibility

This research proposed to investigate the implementation of ecobusiness-ethics in large business and middle-low business, especially in bevarage business.

There are many constraints to implement ecobusiness-ethics, mainly for middle-low business. The main constraint is the financial problem and business have no goodwill to protect environment. Especially for large business there are no constraint to implement ecobusiness-ethics.

The implementation of ecobusiness-ethics will influence business development, especially if business will expand their market abroad. For middle-low business, the implementation of ecobusiness-ethics is not important because the target of business development not for international market.

Vision and mission of middle-low business, generally not yet declared clearly.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis berjudul :”ETIKA EKOBISNIS SEBAGAI LANDASAN UTAMA DALAM PENGEMBANGAN PERUSAHAAN”.

Penulisan tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi pada Program Magister Ilmu Hukum Kajian Hukum Ekonomi dan Teknologi di Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu dan terbatasnya literatur. Oleh karena itu semua saran dan kritik yang sifatnya membangun akan diterima dengan segala kerendahan hati.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan karena bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan saran, nasehat, kritikan dan bantuan, baik yang bersifat moril maupun materiil, sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan, kepada :

1. Prof. Dr. Barda Nawawi Arief,SH, selaku Ketua Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang, atas kesempatan mengikuti program dan bimbingan selama penulis menempuh program ini.
2. Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono,SH, selaku pembimbing utama, yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan nasehat selama penulisan tesis ini.

2. Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono,SH, selaku pembimbing utama, yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan nasehat selama penulisan tesis ini.
3. Bapak Budiharto, SH,MS, Sekretaris Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Diponegoro, merangkap asisten pembimbing.
4. Para Guru Besar dan staf pengajar Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang, yang secara profesional dan arif telah memberikan ilmu selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Staf Akademik Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
6. Bapak H. Roestamadj Br., selaku Manajer Humas P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang, yang telah memberikan ijin pada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan.
7. Bapak Joko Purwanto, SH. selaku Supervisor Personalia, P.T. Sinar Sosro Cabang Ungaran – Semarang, yang telah memberikan ijin pada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan.
8. Bapak Ir. Wahyudin, sebagai Kepala Sub Bidang AMDAL di Bapedalda Kota Semarang
9. Bapak Pramono, SE sebagai Kepala Seksi Data dan Informasi pada Sub Dinas Perencanaan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang
10. Ibunda tercinta, yang telah berkorban menjaga dan merawat anak-anak selama penulis mengikuti kuliah di Program Magister Ilmu Hukum dan selama penulis menyelesaikan penulisan tesis.
11. Suami dan anak-anak tercinta, yang senantiasa membantu dan memberi dukungan pada penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian sejak awal hingga penulisan tesis ini selesai.

Semoga segala amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Semarang, Juli 2003

Penulis,

Dewi Harastuti

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Abstraksi .....	iii
Abstract .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Singkatan .....	xiv
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Kerangka Pemikiran .....	10
F. Metode Penelitian .....	17
1. Spesifikasi Penelitian .....	17
2. Metode Pendekatan .....	18
3. Lokasi Penelitian .....	20
4. Jenis dan Sumber Data .....	20
5. Teknik Pengumpulan Data .....	21
6. Teknik Penyajian dan Analisis Data .....	22
G. Sistematika Penulisan .....	23



BAB II	TINJAUAN PUSTAKA TENTANG ETIKA EKOBISNIS	
	SEBAGAI LANDASAN UTAMA DALAM PENGEMBANGAN	
	PERUSAHAAN.....	25
A.	Pengembangan Perusahaan Pada Umumnya .....	25
1.	Pengertian Perusahaan .....	25
1.1.	Syarat Perusahaan .....	25
1.2.	Tujuan Perusahaan .....	25
2.	Tanggungjawab Perusahaan .....	31
2.1.	Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan ....	31
2.2.	Tanggungjawab Sosial Perusahaan .....	36
2.3.	Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja ...	41
3.	Pengembangan Perusahaan .....	43
3.1.	Tujuan Pengembangan Perusahaan .....	43
3.2.	Hambatan Dalam Pengembangan Perusahaan .....	62
B.	Pengelolaan Lingkungan Hidup Dalam Pengembangan	
	Perusahaan .....	64
1.	Pengertian Hukum Lingkungan .....	64
1.1.	Lingkungan .....	64
1.2.	Hukum Lingkungan Hidup .....	68
2.	Tujuan Hukum Lingkungan .....	72
2.1.	Peranan Hukum Dalam Masalah Lingkungan ....	72
2.2.	Perlindungan Terhadap Lingkungan Hidup .....	76
2.3.	Penegakan Hukum Lingkungan .....	82
C.	Etika Ekobisnis Dalam Pengembangan Perusahaan .....	86
1.	Pengertian Etika .....	86

1.1. Pengertian Etika Bisnis .....	91
1.2. Pengertian Etika Ekobisnis .....	95
2. Perkembangan Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis .....	97
2.1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis .....	97
2.2. Prinsip-prinsip Etika Ekobisnis .....	102
2.3. Etika Dan Globalisasi .....	114
2.4. Kepedulian Pada Generasi Mendatang dan Etika Lingkungan .....	116
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>117</b>
A. Hasil Penelitian .....	117
1. Gambaran Umum P.T.Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang .....	117
2. Gambaran Umum P.T.Sinar Sosro Cabang Ungaran – Semarang .....	123
3. Bentuk Penerapan Etika Ekobisnis Pada Perusahaan Minuman di Kota Semarang .....	129
3.1. Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan ..	129
3.2. Tanggungjawab Sosial Perusahaan .....	135
3.3. Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja..	138
4. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Etika Ekobisnis .....	140
5. Pengaruh Etika Ekobisnis Terhadap Pengembangan Perusahaan .....	143
B. Pembahasan.....	144
1. Bentuk Penerapan Etika Ekobisnis Pada Perusahaan	

Minuman di Kota Semarang .....	144
1.1. Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan ...	148
1.2. Tanggungjawab Sosial Perusahaan .....	158
1.3. Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja ..	162
2. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Etika Ekobisnis .....	183
3. Pengaruh Etika Ekobisnis Terhadap Pengembangan Perusahaan .....	197
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	218
A. Kesimpulan .....	218
B. Saran .....	221

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Daftar tenaga kerja berdasarkan status kepegawaian P.T.Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang .....	122
Tabel 2 : Daftar tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan di P.T.Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang ...	123
Tabel 3 : Daftar tenaga kerja berdasarkan bidang pekerjaan di P.T.Sinar Sosro Cabang Ungaran-Semarang .....	128
Tabel 4 : Daftar tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan di P.T.Sinar Sosro Cabang Ungaran-Semarang .....	129
Tabel 5 : Bentuk tanggungjawab perusahaan pada lingkungan ...	134
Tabel 6 : Bentuk tanggungjawab sosial perusahaan .....	138
Tabel 7 : Bentuk tanggungjawab perusahaan pada tenaga kerja ...	140
Tabel 8 : Peningkatan kebutuhan tenaga kerja di P.T.Sinar Sosro Cabang Ungaran-Semarang .....	215

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Diagram alir proses sumber limbah P.T. Sinar Sosro .....	175
Gambar 2 : Diagram alir proses thermofil pada pengolahan limbah padat .....	181
Gambar 3 : Diagram alir proses vermikompos .....	182

## DAFTAR SINGKATAN

AMDAL	= Analisis Mengenai Dampak Lingkungan
ASTEK	= Asuransi Tenaga Kerja
BAPEDALDA	= Badan Pengendali Dampak Lingkungan Daerah
B3	= Bahan Beracun dan Berbahaya
BILIK	= Bina Lingkungan
CCA	= Coca-Cola Amatil
CCAI	= Coca-Cola Amatil Indonesia
DBBC	= Djaja Beverages Bottling Company
IBL	= Indonesia Beverages Limited
IPAL	= Instalasi Pengolah Air Limbah
ISO	= International Standard Organization
JAMSOSTEK	= Jaminan Sosial Tenaga Kerja
KKB	= Kesepakatan Kerja Bersama
LSM	= Lembaga Swadaya Masyarakat
PMA	= Penanaman Modal Asing
PMDN	= Penanaman Modal Dalam Negeri
P.T.	= Perseroan Terbatas
SML	= Sistem Manajemen Lingkungan
SMK3	= Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja
SPRTMM	= Serikat Pekerja Rokok, Tembakau, Makanan dan Minuman
Tbk	= Terbuka

UMK	= Upah Minimum Kabupaten/Kota
UUPLH	= Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup
USA	= United State of America
WWF	= World Wild Fund

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Bisnis pada hakekatnya adalah sebuah kegiatan yang berlangsung ditengah-tengah masyarakat, sebuah komunitas yang beroperasi ditengah-tengah komunitas-komunitas lain dan merupakan sebuah wacana antar pribadi yang berinteraksi dengan wacana-wacana yang lain. Keterbukaan bisnis tidak lagi dapat dibatasi pada atribut "Tbk" semata-mata, yakni atribut yang menerangkan bahwa sebuah organisasi bisnis membuka diri bagi partisipasi publik melalui para pemegang sahamnya.

Apa yang secara teknis disebut sebagai "lingkungan dunia usaha" (*business environment*) akan semakin menjadi bagian tak terpisahkan dari sukses tidaknya kalangan bisnis. Mutu dan daya saing bisnis ikut ditentukan oleh kualitas lingkungan dunia usaha serta sikap proaktif bisnis terhadap lingkungan sosialnya itu. Dengan sikap proaktif itu, sebuah organisasi bisnis tidak perlu menunggu terjadinya reaksi-reaksi konsumen dan publik terhadap produk maupun perilaku organisasi bisnis bersangkutan. Organisasi bisnis yang ingin *excellent* dalam persaingan global perlu lebih dulu dan lebih jauh mengenal tata nilai budaya atau etos dari masyarakat dimana ia beroperasi. Inilah barangkali tuntutan bagi bisnis pascamodern.

Bisnis dewasa ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu mengelola bisnisnya dalam relasi sosial yang tanggap terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Ada kesadaran yang semakin kental bahwa kalau mau berhasil dalam bisnis, organisasi bisnis harus tanggap terhadap kebutuhan dan harapan



masyarakat. Termasuk didalamnya, harapan agar bisnis dijalankan secara baik, paling tidak agar kepentingan masyarakat (konsumen, atau pemakai milik bersama berupa air, udara, dan aset umum lainnya) tidak dirugikan. Dipihak lain, masyarakat menyadari bahwa bisnis adalah bagian integral dari masyarakat yang tidak bisa dipisahkan, dan karena itu semua norma yang berlaku dalam masyarakat harus diperhatikan. Maka, ketika norma, nilai, dan kepentingan bersama dalam masyarakat dirongrong oleh praktek bisnis yang tidak diterima masyarakat, bisnis tersebut akan diboikot dan itu berarti merugikan kepentingan bisnis itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis bukanlah sebuah kegiatan yang dipagari atau dibentengi secara kokoh ditengah masyarakat, dimana setiap orang yang hendak masuk kedalamnya harus menanggalkan terlebih dahulu semua nilai dan norma moral yang dianutnya dalam kehidupan sosialnya yang biasa. Justru sebaliknya, sebagai bagian integral dari masyarakat, nilai dan norma moral dalam masyarakat, ikut mempengaruhi praktek bisnis dan setiap orang yang masuk ke dalamnya membawa serta nilai dan norma moral tersebut. Tentu saja, nilai dan norma moral tersebut harus disesuaikan dan diterapkan sesuai dengan kekhususan dunia bisnis dan bukannya diabaikan.

Bisnis yang berhasil sebagian besar juga ditentukan dan diukur berdasarkan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat itu, termasuk nilai dan norma moral. Artinya, kalau mau berhasil, operasi bisnis tidak hanya ditentukan oleh kiat bisnis murni, melainkan juga oleh penghayatan nilai dan norma moral-sosial. Budaya etika suatu organisasi bisnis juga dipengaruhi oleh budaya etika dalam masyarakat umum, lebih-lebih oleh sistem

hukum dan budaya etika dalam administrasi publik dan penyelenggaraan pemerintahan pada umumnya.

Dapat dikatakan bahwa bisnis itu mengenal etika. Orang bisnis bahkan dapat merasakan bahwa etika memang sangat diperlukan untuk kegiatan bisnisnya, untuk bisa menang, berhasil, dan bertahan lama.

Berawal dari pembicaraan mengenai etika bisnis, maka dalam era bisnis yang mengglobal ini, pelaku bisnis mulai menaruh perhatian terhadap kelestarian lingkungan disekitarnya sehingga merekapun mulai beralih dari etika bisnis menjadi etika ekobisnis. Dimana dalam pengembangan bisnis tidak dapat lepas dari dukungan lingkungannya. Jika dijabarkan satu persatu, etika ekobisnis berasal dari kata :

- etika dapat diartikan sebagai usaha manusia untuk memakai akal budi dan daya fikirnya untuk memecahkan masalah bagaimana ia harus hidup kalau ia mau menjadi baik.
- eko dari kata ekologi yaitu ilmu tentang hubungan timbal-balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya.
- bisnis adalah sebuah kegiatan yang berlangsung ditengah-tengah masyarakat dan bertujuan mencari keuntungan.

Seperti kita ketahui tujuan bisnis adalah mencari keuntungan. Dalam mencari keuntungan banyak cara yang dilakukan oleh pelaku usaha termasuk di dalamnya adalah melanggar aturan-aturan bisnis yang ada, sehingga diperlukan adanya etika untuk memagari perilaku para pelaku bisnis yang lazim kita sebut etika bisnis.

Dengan berkembangnya bisnis, ternyata berdampak pada rusaknya lingkungan alam, yang sebagian besar disebabkan oleh kegiatan bisnis, khusus-

nya kegiatan industri. Disinilah perlunya etika bisnis yang tidak saja mengatur hubungan antara pelaku bisnis dengan *stakeholder*, tetapi juga mengatur hubungan timbal-balik antara manusia (dalam hal ini pelaku usaha) dengan lingkungannya. Inilah yang kemudian kita kenal dengan etika ekobisnis.

Kaitannya dengan pengembangan perusahaan adalah dengan adanya etika ekobisnis diharapkan pelaku usaha dengan kesadarannya sendiri turut serta melestarikan lingkungan. Misal dalam upaya mengembangkan perusahaan, pelaku usaha hendaknya melakukan efisiensi bahan baku atau tidak memakai bahan baku yang mencemari lingkungan. Perusahaan yang memproduksi baik barang maupun jasa harus melihat ulang proses operasi mereka sehubungan dengan adanya peningkatan peraturan yang berhubungan dengan polusi lingkungan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang lingkungan. Karena lebih murah untuk mencegah polusi daripada untuk membersihkan limbah, maka perusahaan harus mendesain produk dan proses produksinya untuk mencegah dan mengurangi polusi.

Dalam mempromosikan produk sebagai upaya meningkatkan penjualan barang, hendaknya pelaku usaha tidak menipu dan merugikan konsumen, melalui iklan yang menyesatkan. Etika bisnis tetap harus dijalankan sehingga konsumen tidak dirugikan.

Kepedulian terhadap lingkungan alam memang dapat saja dilihat tidak dalam kaitan dengan perilaku organisasi bisnis, tetapi dengan perilaku individual, karena akumulasi dari perilaku individual itu tidak jarang merusak lingkungan (misalnya pembuangan limbah rumah tangga ke sungai-sungai). Namun kerusakan berskala besar terutama disebabkan oleh perilaku perusahaan.

Bagaimanapun dikalangan industri kini sudah sangat jauh berkembang kesadaran bahwa dalam usaha mencari laba mereka tidak hanya perlu memperhatikan kepentingan pemilik (*owner*), pemegang saham (*stockholder* atau *shareholder*) ataupun pemodal (*investor*) semata-mata, tetapi juga wajib memikirkan pihak-pihak lain yang terkena dampak perilaku bisnis mereka. Pihak-pihak yang terkena dampak itu lazim disebut *stakeholder*.1)

Demikianlah, sebuah perusahaan yang baik kini tidak hanya memperhatikan kepentingan para pemegang saham tetapi juga memperhatikan kepentingan para *stakeholders*.

Sementara itu, ditingkat dunia, globalisasi bukan hanya mendorong para pelaku bisnis untuk mampu berbisnis dengan tata cara global serta membangun kompetensi untuk bersaing secara global, tetapi juga mengharuskan para pelaku bisnis menyadari bahwa ada sebuah masalah baru yang harus diselesaikan pada tingkat global, karena tidak bisa diatasi secara nasional, yaitu lingkungan hidup.

Sering para pengusaha mengatakan :kenapa harus mengeluarkan uang jika tidak didapat masukan; jika tidak ada *return on investment*? Pemikiran ini harus dibalik, bahwa mematuhi hukum-hukum lingkungan merupakan pemupukan aset. Didalam dunia bisnis yang makin mengglobal, yang semakin peduli kepada lingkungan, citra perusahaan yang berwawasan lingkungan merupakan aset yang tidak ternilai harganya. Kepedulian kepada lingkungan harus dinilai sebagai investasi untuk pemupukan citra, dan bukan sebagai biaya.2)

---

1) Richard T.De George, *Business Ethics*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1995(4) hal.133, dalam Dari Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis, Alois A.Nugroho, hal.6

2) Tanri Abeng, *Managing atau Chaos*, Tantangan Globalisasi dan Ketidakpastian, P.T. Penebar Swadaya, Juni 2000.

Seandainya, sebuah perusahaan ditolak kehadirannya oleh masyarakat karena ia merusak lingkungan, maka biaya untuk memperbaiki citra akan jauh lebih mahal daripada biaya untuk melakukan investasi pengolahan limbah. Salah satu aset penting dari perusahaan adalah nama baik atau *goodwill*.

Penerimaan bahwa sebuah perusahaan telah berwawasan lingkungan adalah sebuah kekayaan yang sangat mahal.

Keputusan untuk taat kepada hukum lingkungan hidup berkaitan dengan visi pengelolaan bisnis. Bisnis dengan orientasi visi jangka pendek, biasanya memiliki kecenderungan untuk mengabaikan masalah ini. Namun, perusahaan yang mempunyai visi jangka panjang, dan mau hidup lama, akan mempertimbangkan citra berwawasan lingkungan ini sebagai asetnya.

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan pembangunan bangsa Indonesia secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak negatif pada sektor lain. Pembangunan akan selalu menyebabkan perubahan terhadap lingkungan. Pembangunan khususnya dibidang industri banyak menghasilkan limbah baik dalam hal jumlah maupun jenisnya. Limbah tersebut dapat menimbulkan pencemaran yang merusak fungsi lingkungan hidup. Lingkungan hidup yang mengalami pencemaran dari limbah rumah tangga, pestisida, logam berat dan lain-lain makin nyata. Disamping itu pembangunan yang pesat juga telah menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan bagi mutu lingkungan sosial.<sup>3)</sup>

---

3) Koesnadi Hardjosoemantri, *Hukum Tata Lingkungan*, Edisi kelima Cet.X, Gama University press, Yogyakarta, 1994, hal. 54

Akhir-akhir ini pencemaran lingkungan akibat buangan industri, terutama di kota-kota besar di Indonesia semakin dirasakan. Kegiatan industri yang semakin meningkat sebagai akibat meningkatnya pola konsumsi masyarakat merupakan kecenderungan secara potensial dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan hidup, apabila tidak terkendali secara proporsional. Melihat kenyataan tersebut dapat dikatakan kegiatan industri dapat menyebarkan malapetaka bagi kehidupan.<sup>4)</sup>

Produk sampingan yang dihasilkan oleh proses produksi industri apabila tidak ditangani secara baik dan benar akan menimbulkan pencemaran dan perusakan lingkungan hidup. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Koesnadi Hardjosoemantri bahwa pendayagunaan sumber-sumber yang senantiasa akan menghasilkan zat-zat sisa itu melampaui daya asimilasi lingkungan, masyarakat akan menanggung beban untuk membersihkan lingkungan ataupun harus mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk memelihara kesehatan. Oleh karena itu dari awal mula ditentukan kebijaksanaan pokok pengolahan yang lebih cermat dari sumber-sumber alam dalam hubungannya dengan lingkungan hidup.<sup>5)</sup>

Hasil sampingan industri berupa sampah, kotoran, pencemaran dan limbah sebagai hasil kegiatan industri, biasanya tidak masuk dalam biaya perusahaan. Semua sampah dan kotoran dibuang ke dalam alam yang tersedia secara cuma-cuma. Sampah dan pencemaran itu sendiri dapat mengganggu pihak-pihak lain

---

4) A. Makarin dan Aboe Prajitno, *Pengendalian Pencemaran oleh Industri*, Prisma, tahun 1978, hal. 60

5) Koesnadi Hardjosoemantri, *Hukum Perlindungan Lingkungan*, Gama University Press, Yogyakarta, 1993, hal. 30

diluar perusahaan. Beban derita pihak lain ini tidak termasuk dalam pengeluaran goodwill, kadang-kadang diberikan hanya untuk memperbaiki citra perusahaan sebagai bagian dari promosi, tetapi tidak termasuk sebagai biaya produksi.

Salah satu kebijaksanaan pemerintah untuk melestarikan lingkungan hidup adalah dengan ditetapkannya peraturan dan perundangan yang melindungi lingkungan hidup, yaitu Undang-Undang No.4 tahun 1982 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang kemudian dalam perkembangannya dirubah dengan Undang-Undang No23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Undang-Undang yang baru ini merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang yang lama, guna memenuhi kebutuhan masa kini dan masa yang akan datang.

Undang-undang No.23 tahun 1997 memberikan ruang lingkup yang luas bagi masyarakat dan pengusaha untuk berpartisipasi dan peduli terhadap lingkungan, antara lain pembaharuan ketentuan tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Undang-Undang ini berkaitan dengan akses informasi dan peran serta masyarakat serta kewajiban bagi pemrakarsa kegiatan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan dengan benar dan akurat serta mengumumkan keputusan ijin melakukan suatu usaha. Berkaitan dengan audit lingkungan, Undang-Undang ini mengukuhkan sifat manajemen lingkungan sebagai sesuatu yang sukarela artinya ada etika dalam melaksanakan Undang-Undang ini. Namun demikian Undang-Undang ini tetap memberikan kewenangan Menteri untuk memerintahkan penanggungjawab usaha melakukan audit lingkungan, jika yang bersangkutan menunjukkan ketidakpatuhan dalam pengelolaan lingkungan.

Adapun Undang-Undang No.23 tahun 1997 bertujuan untuk melakukan perbaikan kualitas lingkungan hidup dan ikut mengatasi krisis sosial dalam kehidupan masyarakat. Sesuai dengan aspirasi bangsa, untuk mewujudkan hal tersebut didalam era transformasi sosial budaya agraris ke sosial budaya industri saat ini memerlukan kemampuan untuk menyerap dan atau mengembangkan pola perilaku dan nilai budaya industri dengan berbagai bentuk perubahan namun tidak mengorbankan jatidiri sebagai bangsa.

Dengan demikian, masyarakat luas pada umumnya dan pelaku usaha pada khususnya diharapkan berpartisipasi dalam mengelola dan melestarikan lingkungan. Bagi pelaku usaha yang telah melaksanakan etika bisnis yang berwawasan lingkungan, hal ini tentu akan membawa pengaruh positif bagi pengembangan perusahaan, baik ditingkat nasional maupun internasional serta membawa pengaruh yang baik bagi lingkungan dan masyarakat.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Adapun permasalahan dalam penelitian ini dapat penulis rumuskan sebagaiberikut :

1. Bagaimana penerapan etika ekobisnis dalam pengembangan perusahaan ?
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi dalam menerapkan etika ekobisnis?
3. Bagaimana pengaruh etika ekobisnis terhadap pengembangan perusahaan ?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui penerapan etika ekobisnis dalam pengembangan perusahaan.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam menerapkan etika ekobisnis.



3. Untuk mengetahui pengaruh etika ekobisnis terhadap pengembangan perusahaan.

#### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Kegunaan penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini, baik secara praktis maupun secara teoritis yaitu :

1. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan etika bisnis dan lingkungan hidup, serta pengembangan perusahaan pada umumnya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha agar dengan kesadarannya mentaati etika bisnis yang berwawasan lingkungan sebagai upaya dalam pencegahan pencemaran lingkungan serta memberikan cakrawala baru bagi pelaku usaha sehingga tergerak untuk melaksanakan etika ekobisnis guna lebih meningkatkan usahanya.

#### **E. KERANGKA PEMIKIRAN**

Etika bisnis pada umumnya berbicara mengenai penerapan prinsip-prinsip etika yang umum pada suatu wilayah perilaku manusia yang khusus, yaitu kegiatan ekonomi dan bisnis. (K.Bertens, 2000).

Dalam etika bisnis ada empat keutamaan yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis, yaitu : kejujuran, fairness, kepercayaan dan keuletan (Robert C.Solomon,1993). Kejujuran secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Orang yang mempunyai

Dalam etika bisnis ada empat keutamaan yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis, yaitu : kejujuran, fairness, kepercayaan dan keuletan (Robert C.Solomon,1993). Kejujuran secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Orang yang mempunyai keutamaan kejujuran tidak akan berbohong atau menipu dalam transaksi bisnis. Keutamaan kedua adalah *fairness* (keadilan/sikap wajar) yaitu kesediaan untuk memberikan apa yang wajar kepada semua orang dan dengan wajar, dimaksudkan apa yang bisa disetujui oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu transaksi. Kepercayaan (*trust*) adalah keutamaan yang penting dalam konteks bisnis. Kepercayaan harus ditempatkan dalam relasi timbal balik. Pebisnis yang memiliki keutamaan ini boleh mengandaikan bahwa mitranya pantas diberi kepercayaan atau bersifat bonafide, sebagaimana ia sendiri bonafide juga terhadap mereka. Pelaku bisnis yang memiliki kepercayaan bersedia untuk menerima mitranya sebagai orang yang bisa diandalkan. Keutamaan keempat adalah keuletan. Pelaku bisnis harus bertahan dalam situasi yang sulit. Ia harus berani mengambil resiko kecil ataupun besar, karena perkembangan banyak faktor tidak bisa diramalkan sebelumnya.

Dengan menjalankan keempat keutamaan etika bisnis tersebut, diharapkan dapat menciptakan suatu bisnis yang baik. Dimana iklim bisnis dewasa ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu mengelola bisnisnya dalam relasi sosial yang tanggap terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Termasuk didalamnya, harapan agar bisnis dijalankan secara baik, paling tidak agar kepentingan masyarakat (konsumen, atau pemakai milik bersama berupa air, udara, dan aset umum lainnya) tidak dirugikan. Dipihak lain, masyarakat

bisnis tersebut akan diboikot dan itu berarti merugikan kepentingan bisnis itu sendiri.

Dalam dunia global sekarang ini, isu lingkungan hidup sangat kuat, utamanya dikaitkan dengan makin menurunnya kualitas lingkungan hidup dan perlu upaya pencegahan penurunan kualitas lingkungan hidup dalam rangka pelestarian lingkungan hidup.

Berangkat dari pembicaraan mengenai etika bisnis, maka dalam era bisnis yang mengglobal saat ini, pelaku bisnis harus mulai menaruh perhatian terhadap kelestarian lingkungan disekitarnya untuk memenuhi tuntutan global dalam rangka menghadapi persaingan bisnis, merekapun harus mulai beralih dari etika bisnis menjadi etika ekobisnis, yaitu menjalankan etika bisnis yang berwawasan lingkungan, dimana pelaku bisnis mulai memasukkan faktor-faktor pelestarian lingkungan ke dalam perencanaan bisnis mereka. Apabila hal ini dilakukan maka akan memperoleh manfaat jangka panjang yang dapat dinikmati oleh semua pihak. Hal ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Diperlukan peran Pemerintah utamanya dalam pembuatan regulasi yang tepat dan mengena. Sehingga pada akhirnya dunia bisnis akan dapat secara tepat dan terpadu menyertakan kepedulian mereka terhadap lingkungan dalam menjalankan kegiatannya.

Salah satu faktor yang harus diperhitungkan dalam mengelola bisnis berdasarkan norma-norma moral dan etika adalah faktor hukum. Setiap perusahaan wajib mentaati peraturan per Undang-Undangan yang berlaku. Bentuk ketaatan itupun sangat beragam. Salah satu contohnya adalah dengan memenuhi perizinan dan menyelenggarakan kegiatan bisnis sesuai dengan izin yang dimiliki. Tindakan yang mengingkari berbagai peraturan yang sifatnya

normatif bukan hanya merupakan tindakan yang tidak dapat dibenarkan secara moral dan etika, tetapi merupakan “jalan pintas” menghasilkan keuntungan besar untuk jangka pendek, dan dapat dikenakan sanksi hukum oleh instansi yang berwenang yang pasti merupakan ancaman terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bersangkutan.

Pemerintah telah melakukan tindakan preventif guna mencegah terjadinya pencemaran lingkungan sebagai akibat kegiatan industri yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang memuat asas-asas serta prinsip-prinsip pokok dalam upaya pengelolaan lingkungan hidup. Oleh karena itu pengelolaan lingkungan hidup harus berpedoman pada asas-asas dan prinsip-prinsip pokok dalam UUPH.

Dalam Bab VI, Pasal 18 UUPH mengatur tentang perizinan.

1. Setiap usaha dan/atau kegiatan yang menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki analisis mengenai dampak lingkungan hidup untuk memperoleh izin melakukan usaha dan/atau kegiatan.
2. Izin melakukan usaha dan/atau kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan pejabat yang berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Dalam izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dicantumkan persyaratan dan kewajiban untuk melakukan upaya pengendalian dampak lingkungan.

Dalam pasal 18 UUPH ini tampak jelas bahwa setiap usaha agar mendapat izin dari pihak yang berwenang harus memiliki studi Analisa Mengenai Dampak Lingkungan, sehingga semua bentuk usaha yang berpotensi

menghasilkan limbah dapat dipantau oleh pihak Pemerintah maupun oleh masyarakat.

Pembangunan diharapkan dapat berjalan dengan seimbang antara pembangunan dan pelestarian lingkungan hidup, sehingga perlu dilaksanakan “Pembangunan Berkelanjutan/*Sustainable Development*” dan “Pembangunan Berwawasan Lingkungan/*Ecodevelopment*”. Keduanya merupakan dua hal yang saling bergantung.

Dalam kaitannya dengan pengembangan perusahaan, perlu kita ketahui terlebih dahulu tentang pengertian perusahaan. Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi yang bertujuan mencari laba dengan mempergunakan faktor-faktor produksi menghasilkan barang atau jasa untuk keperluan masyarakat.<sup>6)</sup>

Tujuan untuk mencari laba atau keuntungan itu merupakan suatu alasan khusus mengapa bisnis selalu rawan dari sudut pandang etika. Terutama jika keuntungan menjadi satu-satunya tujuan bisnis, pelaku bisnis mudah tergoda untuk menempuh jalan pintas, guna mencapai tujuannya dengan lebih cepat dan lebih mudah tanpa menghiraukan etika bisnis, apalagi etika ekobisnis.

Dalam etika bisnis, perusahaan mempunyai tanggungjawab moral terhadap pemilik, karyawan, konsumen, masyarakat, lingkungan hidup, serta pihak lain yang terkait. Orientasi bisnis yang tepat dimasa depan adalah “orientasi hijau”. Yang dimaksud “orientasi hijau” ialah mutlak perlunya dunia usaha menunjukkan kepedulian yang tinggi dan partisipasi yang efektif dalam menjamin kelestarian lingkungan hidup.

---

6) Wasis, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Penerbit Alumni Bandung, 1997, hal.2

Dalam persaingan global seperti sekarang ini, akan sulit mengembangkan suatu perusahaan yang berorientasi jangka panjang tanpa mengindahkan etika ekobisnis karena lingkungan hidup merupakan isu strategis utamanya di dalam bisnis global. Pelaku bisnis harus melakukan perubahan yang mendasar, yang menyangkut persepsi dan visi bisnis maupun perilaku bisnisnya.

Dari sisi ekonomi banyak ukuran yang dapat dipakai untuk mengetahui apakah suatu perusahaan itu berkembang atau tidak, antara lain : 7)

- besarnya volume penjualan;
- laba yang diperoleh;
- kekayaan yang dimiliki;
- tenaga kerja yang diserap;
- jenis produk yang dihasilkan;
- harga saham di pasar;
- penguasaan pangsa pasar;
- keunggulan teknologi;
- dan lain sebagainya.

Apabila suatu perusahaan menjalankan etika bisnis yang berwawasan lingkungan sehingga tidak mencemari lingkungan disekitarnya dan lingkungan hidup pada umumnya, tentu masyarakat akan menerima keberadaan perusahaan itu serta dapat meningkatkan citra positif perusahaan dimata masyarakat. Sebagai contoh, apabila suatu perusahaan tidak diterima karena mencemari lingkungan, perusahaan itu akan diboikot oleh masyarakat. Satu hari saja perusahaan tidak memproduksi berapa juta atau berapa puluh juta kerugian

---

7) Suwarsono, *Manajemen Strategik*, AMP YKPN, Yogyakarta, 1996, hal.17

yang akan diderita oleh perusahaan, tentu saja hal ini menghambat pengembangan perusahaan.

Sebagaimana kita ketahui, negara-negara Eropa telah memberlakukan ecolabeling, dimana setiap produk yang masuk ke negaranya yang menggunakan bahan baku dari hasil hutan harus ramah lingkungan artinya bahan baku tersebut bukan hasil pengrusakan hutan. Hal ini tentu saja mematikan perusahaan, khususnya perusahaan mebel yang berorientasi ekspor. Karena kita belum dapat memenuhi standar yang ditentukan oleh negara-negara pengimpor tersebut. Bagaimana perusahaan mebel Indonesia dapat berkembang apabila di era globalisasi seperti sekarang ini standar internasional yang telah ditentukan tidak dapat kita penuhi.

Kepemimpinan atau *leadership* dalam lingkungan dunia usaha yang sangat dinamis merupakan kunci utama. Agar tidak tertelan oleh dinamika gelombang globalisasi, maka institusi bisnis harus mampu mempertahankan pertumbuhan yang berkesinambungan dalam jangka panjang, *long-term sustainable growth*.

Untuk merealisasikan kebutuhan untuk terus tumbuh dan berkembang ini, seorang leader harus memiliki sedikitnya berupa tiga serangkai, yaitu : *vision, value, courage*. 8)

Pemimpin harus mampu menjabarkan visinya sekaligus menggerakkan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk pencapaian sasaran organisasi. Visi harus memiliki kekuatan untuk mengangkat anggota organisasi (bisnis), atau karyawan, dari kehidupan monoton yang rutin kepada dunia baru yang penuh peluang dan tantangan.

---

8) Tantri Abeng, op.cit.hal 21.

*Value*, merupakan bagian dari kepribadian atau *personality* seorang pimpinan yang terkait dengan sistem nilai serta keyakinan yang melandasi segala kebijakan bisnisnya. Persepsi-persepsi seperti “pelanggan adalah raja” atau kualitas adalah segalanya dan ukurannya adalah kepuasan dari pelanggan, merupakan nilai dan keyakinan yang melekat dari pemimpin. Demikian juga keyakinan akan *team work* dan konsep *empowerment* yang berorientasi pada proses pendelegasian yang dibarengi dengan kewenangan. Sistem nilai ini makin dibutuhkan dalam era globalisasi. Urgensinya makin terasa, baik dalam menerapkan etika bisnis yang dapat diterima dalam konteks lingkungan multikultur, maupun menyangkut pola manajemen yang berorientasi pada kepentingan *stakeholders* maupun *shareholders*.

Dengan keberanian atau *courage* para pemimpin mampu menghasilkan *action* untuk mengambil langkah-langkah yang benar, strategis dan dapat menyelamatkan organisasi. Mereka yakin dan percaya bahwa mereka melakukan hal-hal yang benar.

## **F. METODE PENELITIAN**

Untuk memperoleh data yang akurat dapat dilakukan melalui prosedur sebagai berikut :

### **1. Spesifikasi Penelitian**

Penelitian ini adalah bersifat deskriptif analitis, karena secara spesifik bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai implementasi etika ekobisnis sebagai landasan utama dalam pengembangan perusahaan.



## 2. Metode Pendekatan

Dengan berpedoman pada suatu pendapat bahwa tiap penelitian berpegang pada paradigma tertentu,<sup>9)</sup> dalam penelitian ini dikemukakan suatu metode pendekatan di tuang ke dalam berbagai teknik penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dan penelitian hukum empiris, karena landasan kerja yang diterapkan secara simultan meliputi "*law in books and law in action*". Istilah lain penelitian hukum normatif adalah "*legal research*" dan penelitian hukum empiris, yuridis sosiologis.<sup>10)</sup> Penelitian hukum dengan pendekatan normatif mengkaji hukum sebagai seperangkat kaidah atau aturan yang bersifat normatif, meliputi bahan-bahan hukum primer (misalnya Undang-Undang Dasar 1945), bahan-bahan hukum sekunder (misalnya undang-undang, karya ilmiah, hasil-hasil suatu penelitian), dan bahan-bahan hukum tersier (bibliografi, kamus) <sup>11)</sup> dalam rangka menginventarisasi berbagai aturan, norma, atau hukum positif yang berlaku. Penelitian hukum normatif digunakan untuk memperoleh atau menemukan hukum *inconcreto* serta memperoleh uji analisis tentang adanya sinkronisasi hukum baik secara vertikal (berbeda derajat – hirarki suatu perundang-undangan) maupun secara horisontal (sama derajat – Undang-Undang dengan Peraturan Pemerintah) <sup>12)</sup> sehingga tidak terjadi pertentangan antara hukum yang lebih rendah dengan hukum yang lebih tinggi derajatnya atau antara hukum yang

---

9) S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-kualitatif*, Tarsito, Bandung, 1996, hal.2

10) Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 1991, hal. 17

11) Ibid, hal. 14

12) Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 1990, hal.85

berkedudukan sejajar. Ini berarti melalui penelitian hukum normatif, kegiatan yang dilakukan adalah membahas pengertian hukum dalam kajian teoritis (*law in books*) yang diimplementasikan ke dalam paradigma penelitian doktrinal. 13). Metode penelitian hukum normatif disebut juga dengan metode doktriner dengan optik preskriptif, namun dalam perkembangannya sehubungan dengan tujuannya sendiri, secara dialektika (harus mampu) mengakomodasi produk dan cara kerja metode penelitian ilmu sosial yang bersifat empiris non doktriner dengan optik deskriptif. 14) Melalui optik preskriptif, penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran atau merumuskan masalah sesuai dengan keadaan atau fakta yang ada. Dalam hal ini melihat perilaku pelaku usaha dalam menegakkan peraturan-peraturan lingkungan hidup.

Penelitian hukum empiris untuk memperoleh gambaran tentang perbandingan hukum positif khususnya masalah penerapan dan penegakan hukum lingkungan, yang dilakukan oleh pelaku usaha. Melalui penelitian empiris direncanakan untuk mengungkap data dengan cara kualitatif induktif eksplanatoris yaitu dengan cara mengamati kejadian-kejadian atau fakta-fakta yang dipandang relevan dengan masalah penelitian untuk menjelaskan serta mengembangkan fakta sesuai dengan hukum yang sedang berlaku dalam bentuk perilaku yang terpolakan dalam budaya hukum (*explanatory research*) 15). Ini berarti penelitian dimaksudkan untuk mensinkronisasikan antara hukum yang berlaku dengan realita empiris dalam masyarakat.

---

13) Ronny Hanitijo Soemitro, *Studi Hukum dan Masyarakat*, Alumni Bandung, 1982, hal.10

14) B.A. Sidharta, *Refleksi tentang Struktur Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Bandung, 1999, hal. 194

15) Bambang Waluyo, op.cit, hal.9

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif yaitu pada beberapa perusahaan minuman di kota Semarang, penentuan lokasi penelitian dimaksud, dikategorikan dalam 2 skala prioritas, yaitu perusahaan minuman berskala besar dan berskala menengah ke bawah.

### 4. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder.

Data primer yang dipergunakan bersumber atau diperoleh dari penelitian di lapangan, yaitu : dari beberapa perusahaan minuman di wilayah kota Semarang, Dinas Perindustrian kota Semarang, dan Badan Pengendali Dampak Lingkungan Daerah (BAPEDALDA) kota Semarang. Sedangkan data sekunder adalah berupa data yang bersumber/diperoleh dari penelitian kepustakaan yang bahan hukumnya berasal dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Bahan hukum primer merupakan bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah yang baru dan mutakhir, ataupun pengertian baru tentang fakta-fakta yang diketahui mengenai suatu gagasan/ide. 16)

Bahan hukum primer meliputi : Undang-Undang No.1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang No.23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang No.5 tahun 1984 tentang Perindustrian, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 590/MPP/Kep/10/1999 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin

---

16) Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, 1988, hal.34

Usaha Industri, Izin Perluasan dan Tanda Daftar Industri, Peraturan Pemerintah/PP No.13 tahun 1995 tentang Izin Industri Perusahaan, Keputusan Presiden/Kepres No.16 tahun 1996 tentang Pembinaan Penyederhanaan Izin Usaha Industri, Surat Keputusan/SK Menteri Perindustrian No.250/M/SK/10/1994 tentang Pedoman Teknis Penyusunan Pengendalian Dampak Lingkungan Hidup Pada Sektor Industri.

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat menganalisis serta memahami bahan-bahan hukum primer. 17)

Adapun bahan-bahan hukum sekunder tersebut antara lain :

- Kepustakaan/buku-buku hasil karya para pakar dan sarjana yang menguraikan tentang etika bisnis dan etika ekobisnis, hukum lingkungan, peraturan perusahaan serta pengembangan perusahaan.
- Makalah-makalah tentang etika bisnis dan etika ekobisnis, hukum lingkungan, peraturan perusahaan serta pengembangan perusahaan.
- Naskah tulisan di media massa/majalah ilmiah hukum, arsip, data-data perusahaan yang dipublikasikan
- Hasil-hasil penelitian

##### 5. Teknik Pengumpulan Data

Bertolak dari jenis dan sumber data diatas, maka teknik pengumpulan data yang ditempuh dalam penelitian ini adalah :

---

17) Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan IV, Ghalia Jakarta, 1990, hal.12

- Studi dokumen, yakni penelitian terhadap berbagai data sekunder yang berkaitan dengan obyek penelitian. 18)
- Jelasnya studi terhadap sumber data primer dan sumber data sekunder yang berkaitan dengan etika ekobisnis dan pengembangan perusahaan di kota Semarang.
- Wawancara, dalam hal ini informasi diperoleh dengan bertanya langsung kepada responden, yang dilakukan terhadap beberapa pengusaha minuman di wilayah kota Semarang, serta informan yaitu Dinas Perindustrian kota Semarang dan Bapedalda kota Semarang. Kegiatan wawancara tersebut dilakukan berdasarkan tipe wawancara terarah (*directive interview*) 19)
  - Kuesioner, dengan tipe kuesioner terbuka dengan menyiapkan pokok-pokok pertanyaan terlebih dahulu. Teknik kuesioner ini dilakukan terhadap beberapa pengusaha minuman ringan di wilayah kota Semarang, yang berkaitan dengan penerapan etika ekobisnis dalam pengembangan perusahaan.

## 6. Teknik Penyajian dan Analisis Data

### a. Teknik Penyajian Data

Teknik yang dipergunakan untuk menyajikan data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif. 20)

Teknik kualitatif dipergunakan untuk menyajikan data berupa informasi, pendapat, konsep, doktrin dan analisa hukum yang ditemukan dalam penelitian ini.

---

18) Ibid, hal. 201

19) Ibid hal. 60-62

20) Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan III, UI Press Jakarta, 1986, hal.11-12

## **b. Analisis Data**

Analisis data yang bersifat kualitatif ini dalam kegiatan penganalisaannya bertitik tolak dari analisis normatif dan analisis empirik. Hal ini ditempuh untuk menggambarkan dan mengungkapkan relevansi antara pelaksanaan etika ekobisnis, pencemaran lingkungan, penegakan hukum lingkungan, dan pengembangan perusahaan.

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Penulisan tesis ini terdiri dari 4 (empat) bab yang disusun dalam sistematika penulisan sebagai berikut :

### **Bab I : Pendahuluan**

Menguraikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode yang dipakai dalam penelitian ini serta sistematika penulisan hasil penelitian.

### **Bab :II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini menguraikan tentang pengertian-pengertian etika bisnis dan etika ekobisnis, pencemaran lingkungan, pendirian perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan serta pengembangan perusahaan.

### **Bab III : Hasil Penelitian.**

Menguraikan tentang hasil penelitian dan analisis terhadap permasalahan yang ada. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi pengusaha dalam menjalankan etika ekobisnis. Bagaimana pengembangan perusahaan apabila perusahaan tersebut menjalankan

etika ekobisnis dan bagaimana pengaruhnya terhadap masyarakat disekitar perusahaan pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

#### Bab IV : Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran yang diajukan terhadap pelaku usaha dalam upaya menerapkan etika ekobisnis didalam perusahaannya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. PENGEMBANGAN PERUSAHAAN PADA UMUMNYA**

##### **1. Pengertian Perusahaan**

Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi yang bertujuan mencari laba dengan mempergunakan faktor-faktor produksi menghasilkan barang atau jasa untuk keperluan masyarakat. 21)

##### **1.1. Syarat Perusahaan**

Suatu organisasi dapat disebut perusahaan apabila organisasi tersebut memenuhi syarat-syarat tertentu. Dengan syarat-syarat itu menguatkan pendapat yang tidak membedakan antara badan usaha dan perusahaan. Adapun syarat-syarat tersebut adalah 22) :

1. Untuk dapat disebut perusahaan maka organisasi itu harus bertujuan mencari laba. Profit motive. Jika organisasi itu tidak bertujuan mencari laba maka organisasi itu bukan perusahaan.
2. Tujuan mencari laba itu bukan hanya untuk satu dua kali atau secara insidental saja, akan tetapi secara terus-menerus, secara kontinu, secara berkesinambungan.
3. Tujuan mencari laba secara terus-menerus itu diusahakan melalui organisasi faktor-faktor produksi, dalam organisasi tersebut diperhatikan proportionalitet atau perbandingan kuantitatif dari faktor-faktor produksi yang diusahakan dengan kemampuan managerial yang sebaik-baiknya.

---

21) Wasis, op.cit. hal. 2

22) Ibid, hal. 5



4. Ketiga hal tersebut diatas harus dijalankan pada suatu tempat yang jelas. Artinya bahwa organisasi itu mempunyai tempat kedudukan secara geografis, jelas lokasinya. Adalah bukan perusahaan apabila tidak mempunyai alamat lokasi secara geografis. Perusahaan harus nyata.

Empat hal seperti disebutkan diatas merupakan syarat yang mutlak perlu apabila organisasi itu akan dinamakan suatu perusahaan. Keempat-empatnya harus ada dan tidak boleh kurang.

Dari definisi tentang perusahaan tersebut dapatlah diambil beberapa unsur penting yang terkandung di dalamnya. Unsur tersebut adalah :<sup>23)</sup>

1. Organisasi/lembaga

Organisasi sebagai suatu bentuk dan hubungan yang mempunyai sifat dinamis, dalam arti dapat menyesuaikan diri kepada perubahan, pada hakekatnya merupakan suatu bentuk yang dengan sadar diciptakan manusia untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan tersebut dapat menunjukkan bahwa hakekat organisasi itu bukanlah sebuah kumpulan dari sumber-sumber ekonomi semata-mata, tetapi juga menciptakan suasana kerja yang baik atau usaha mengadakan pembandingan sumber-sumber dan hasil yang terbaik.

2. Pengubahan sumber-sumber ekonomi

Kata “pengubahan” dapat memberikan adanya pengertian tentang suatu proses atau kegiatan. Dan kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan tidak terbatas pada satu macam kegiatan saja tetapi banyak sekali

---

23) Irawan dan Basu Swastha, *Lingkungan Perusahaan*, Diterbitkan BPFE-Yogyakarta, cet.iii, 1992

kegiatan yang saling berkaitan. Kegiatan tersebut antara lain : produksi, pembelanjaan, personalia, pemasaran, dan sebagainya. Sedangkan sumber-sumber ekonomi yang harus diubah dapat digolongkan ke dalam empat golongan, yaitu : manusia, uang, material dan metode/ manajemen.

### 3. Kebutuhan

Kebutuhan di sini meliputi kebutuhan akan barang dan jasa yang diperlukan dalam masyarakat. Namun perlu diketahui bahwa setiap perusahaan tidak akan dapat memenuhi semua kebutuhan manusia, melainkan hanya sebagian saja. Sedangkan sebagian yang lain dipenuhi oleh perusahaan yang lain pula. Sebagai contoh, perusahaan sirup hanya dapat memenuhi kebutuhan akan minuman saja; perusahaan kendaraan bermotor hanya dapat memenuhi kebutuhan akan alat transport; perusahaan penerbitan hanya dapat memenuhi kebutuhan akan bahan bacaan, dan sebagainya.

### 4. Laba

Laba merupakan salah satu tujuan yang dapat mendorong perusahaan untuk berkembang lebih lanjut. Di muka telah disebutkan bahwa laba itu adalah perbedaan antara penghasilan dengan pengeluaran; tentu saja penghasilan tersebut harus lebih besar dari pengeluarannya. Bagi sebuah perusahaan, penghasilannya dapat berasal dari penjualan barang atau jasa sedangkan pengeluarannya diperuntukkan bagi semua kegiatan atau operasinya.

## 1.2. Tujuan Perusahaan

Ada beberapa definisi tentang tujuan perusahaan, yang agak beraneka ragam sifatnya. Terlebih dahulu kita membedakan antara pengertian *mission* (misi), *objective* (tujuan), dan *goals* (sasaran).

*Mission* (misi) adalah menyangkut masalah dasar utama berdirinya suatu organisasi atau perusahaan. *Objective* (tujuan) adalah landasan kuat untuk menggariskan kebijakan yang ditempuh dan arah tindakan untuk mencapai tujuan perusahaan. *Goals* (sasaran) adalah apa yang ingin dicapai oleh organisasi.

Selanjutnya lihat definisi yang diberikan oleh beberapa pakar Ekonomi, yakni : 24)

1. *William F. Glueck* : tujuan adalah hasil akhir yang dicari atau dicapai organisasi dengan kemampuan dan aktivitas-aktivitasnya.
2. *Philip Kotler dan Paul N. Bloom* : tujuan adalah sesuatu sasaran organisasi yang dibuat khusus sehubungan dengan besarnya waktu, dan siapa yang bertanggungjawab.
3. *Sukanto Reksohadiprodjo* : tujuan adalah suatu yang ingin dicapai serta diinginkan untuk dicapai.

Dari ketiga definisi di atas, maka jelaslah bahwa yang dimaksud tujuan perusahaan adalah sesuatu yang ingin dicapai dengan segala kemampuan yang dimiliki perusahaan.

---

24) H. Djaslim Saladin, SE., *Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*, Ganeca Exact Bandung, 1996

Perusahaan perlu menetapkan tujuan agar memungkinkan untuk menentukan apa yang harus dilakukan, mengembangkan rencana-rencana yang efektif, menentukan sasaran dan menilai hasilnya. Tanpa tujuan segala sesuatu yang dilakukan atau dicapai dapat dianggap sebagai hal yang dapat diterima, tidak ada standar ukuran dalam perencanaan dan pengendaliannya.

Dalam merumuskan tujuan perusahaan, perlu diperhatikan keseimbangan dengan memadukan berbagai kepentingan sumber-sumber atau pihak yang terlibat dalam perusahaan. Tujuan perusahaan tidak terbatas pada pemenuhan kepentingan manajemen (*profitability*) dan efisiensi, tetapi juga kepentingan pemilik modal, pekerja, konsumen, suplier, lingkungan, masyarakat, dan sebagainya.

Akan tetapi pada dasarnya tujuan pokok perusahaan adalah memperoleh keuntungan (*profitability*).

#### Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perumusan Tujuan

1. Kekuatan dalam lingkungan, seperti pemegang saham, peraturan pemerintah, pesaing, pemasok (*supplier*), rekanan, organisasi karyawan, dan sebagainya.
2. Sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan. Semakin besar yang dimiliki perusahaan, akan semakin bebas perusahaan tersebut untuk menentukan tujuan-tujuannya. Dibandingkan dengan perusahaan kecil yang banyak tergantung kepada kekuatan-kekuatan lingkungan.
3. Sistem penilaian dari eksekutif puncak. Salah satu dari kesulitan dalam menentukan arah bagi suatu perusahaan ialah memahami dampak perubahan dalam strategis bisnis terhadap nilai-nilai dasar manajemen puncak, dan memahami hubungan baru dengan pihak-pihak

berkepentingan. Perubahan besar dalam arah tidak dapat dicapai tanpa suatu pengertian tentang dampaknya terhadap para berkepentingan terutama kelompok yang sangat dekat dengan para manajer seperti karyawan, langganan, dan sebagainya. Penentuan arah pada hakekatnya terikat pada pengertian tentang apa yang diperjuangkan oleh para manajer dan para karyawan suatu perusahaan.

4. Tujuan-tujuan perusahaan sebelumnya. Dalam menentukan tujuan perusahaan periode berikutnya, perlu dipertimbangkan sampai sejauh mana tujuan-tujuan sebelumnya dapat dicapai.

Ada beberapa teori tentang perumusan tujuan (Djaslim Saladin:1996)

1. Trickle-down theory (dari ekonomi Klasik)

Tujuan perusahaan semata-mata hanya ditetapkan oleh pemilik perusahaan atau manajer puncaknya saja. Teori ini disebut teori tradisional.

2. Trickle-up theory (Chester Barnard)

Tujuan perusahaan merupakan konsensus dari pegawai bawahan.

3. Mintzberg theory

Tujuan perusahaan adalah hasil permainan kekuatan antara pengaruh koalisi intern dengan koalisi ekstern. Koalisi intern adalah para manajer puncak, staf, dan operator di mana koalisi ini mempengaruhi perusahaan melalui sistem birokrasi, politik, dan idiologi. Sedangkan koalisi ekstern adalah Pemerintah, pemilik saham, pemasok, serikat buruh, dan sebagainya.

Manfaat Tujuan Perusahaan adalah :

1. Membantu memperkenalkan atau menonjolkan eksistensi perusahaan di mata Pemerintah, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan.
2. Membantu koordinasi dan pembuatan keputusan
3. Membantu penilaian keberhasilan perusahaan
4. Memisahkan proses perumusan dan implementasi strategi perusahaan
5. Mendorong pada pelaksanaan untuk berusaha keras agar tujuan itu tercapai.

Faktor-faktor Yang Menyebabkan Perubahan Tujuan

1. Karena permintaan group-group koalisi. Misalnya, tujuan perusahaan Semen Cibinong mungkin dapat berubah bila perusahaan Semen Gresik dan Padang memintanya.
2. Berdasarkan keinginan manajer tertentu
3. Karena krisis yang dialami perusahaan
4. Perubahan daur hidup yang normal dapat terjadi yang merubah orientasi tujuan.

## 2. Tanggungjawab Perusahaan

### 2.1. Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan

Masalah sekitar lingkungan hidup baru mulai disadari sepenuhnya dalam tahun 1960-an. Masalah ini langsung atau tidak langsung disebabkan oleh bisnis modern, khususnya oleh cara memproduksi dalam industri yang berlandaskan ilmu dan teknologi maju. Inti masalah lingkungan hidup adalah bahwa bisnis modern yang memanfaatkan ilmu dan teknologi canggih telah membebani alam diatas ambang toleransi. Selama alam

dimanfaatkan dalam batas, keutuhan dan keseimbangan masih bisa bertahan. Tetapi kini alam sudah dieksploitasi dengan melewati batas. Jika keadaan ini dilanjutkan terus, alam dengan segala ekosistemnya akan hancur sama sekali. Tentu saja, krisis lingkungan hidup disebabkan juga oleh faktor-faktor lain, khususnya jumlah penduduk bumi yang semakin besar.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi dapat meningkatkan standar kehidupan masyarakat. Tetapi pada saat yang sama, perusahaan menjadi salah satu sumber pencemaran lingkungan, seperti pencemaran air, udara, dan tanah. Dewasa ini, masalah tersebut menjadi masalah nasional karena banyak akibat-akibat buruk yang menimpa masyarakat luas. 25)

Hal ini tidak berarti bahwa masyarakat terlepas dari tanggungjawab menyangkut masalah lingkungan. Mereka juga wajib menjaga kelestarian lingkungan dengan sebaik-baiknya untuk meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu sikap dan tindakan setiap individu, perusahaan, dan pemerintah harus dapat mengatasi masalah-masalah lingkungan yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Tekanan terhadap lingkungan alami meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi, penerapan proses kerja yang secara potensial merusak dan memperluas dampak populasi. Sumber daya yang terbatas di seluruh dunia berjuang untuk mengatasi peningkatan perubahan. Dalam upaya menyesuaikan perlindungan lingkungan dengan pengembangan

---

25) Irawan, op.cit.hal.26

bisnis, timbul sejumlah masalah kritis.<sup>26)</sup> Setiap masalah menyoroti ciri umum dan khusus hubungan antara bisnis dan lingkungan. Hal ini termasuk:

- penipisan ozon – lapisan ozon melindungi bumi dari sinar ultraviolet yang merusak, sehingga “lubang” atau erosi di lapisan ozon meningkatkan resiko kanker dan bahaya lainnya pada manusia, binatang, dan tumbuhan.
- Pemanasan bumi – keseimbangan ekologi di bumi hanya terjadi pada kondisi iklim yang khusus – atau bervariasi; itulah sebabnya, perubahan besar yang disebabkan oleh meningkatnya kadar karbon di atmosfer menyebabkan timbulnya dampak rumah kaca yang mempengaruhi hasil panen, padahal jutaan manusia bergantung pada panen itu.
- Hujan asam – hujan asam dapat meracuni hutan, sungai, danau, dan lautan di mana manusia menggantungkan hidup mereka pada tempat-tempat itu dan bumi membutuhkannya untuk keseimbangan.
- Emisi udara beracun – masyarakat terkena dampaknya secara langsung, seperti di Bhopal, atau secara tidak langsung mengancam bentang daratan atau kelompok terdekat, seperti orang-orang yang tinggal dekat dengan pekerjaan membuat tembok.
- Limbah- manusia, pabrik, dan pertanian menghasilkan limbah produk yang melebihi kemampuan sistem alami atau sistem yang dibuat manusia untuk mengatasinya.

---

26) Robinson.S., *Safeguarding the Environment : Critical Issues for Today and Tomorrow*, Prism, Third Quarter, 1991, dalam *Corporate Responsibility*, Tom Cannon, 1995, hal.210



Adanya penipisan ozon menimbulkan sejumlah masalah yang dianggap baru atau yang sebelumnya diabaikan perusahaan. Mungkin, dua pelajaran paling penting untuk industri dari berkembangnya kesadaran terhadap ancaman penipisan ozon adalah lingkup kegiatan industri yang bisa merusak lingkungan serta akibat yang tersembunyi dan membahayakan dari ancaman ini. Perusahaan yang dianggap tidak merusak lingkungan sadar bahwa teknologi mereka mempunyai pengaruh besar tapi tersembunyi. Perusakan ozon terjadi perlahan-lahan dan sebagian besar tidak bisa diamati. Ini berarti perusahaan, industri, dan teknologi sangat bergantung pada produk yang menjadi penyebab kerusakan. Tindakan perbaikan hanya mempunyai dampak yang pengaruhnya ketinggalan zaman. Pengaruh tersebut meluas ke seluruh dunia dan menimbulkan pertanyaan tentang nilai tindakan lokal.

Menurut Sondang P. Siagian, orientasi bisnis yang tepat dimasa depan adalah "orientasi hijau". Yang dimaksud "orientasi hijau" ialah mutlak perlunya dunia usaha menunjukkan kepedulian yang tinggi dan partisipasi yang efektif dalam menjamin kelestarian lingkungan hidup. Tidak dapat disangkal bahwa makin pesat perkembangan ekonomi dan industrialisasi di suatu masyarakat, makin besar pula peranan dunia usaha dalam pencemaran dan perusakan lingkungan. Sehubungan dengan pelestarian lingkungan, haruslah dibuat perbedaan antara pencemaran lingkungan dan perusakan lingkungan. Dengan perbedaan tersebut dapat dikatakan bahwa semua jenis perusahaan turut berpartisipasi dalam pencemaran lingkungan meskipun dalam bentuk dan intensitas yang berbeda. Semua perusahaan

menghasilkan limbah tertentu. Harus diakui pula bahwa hanya jenis perusahaan tertentu yang merusak lingkungan. 27)

Jika dikatakan bahwa semua jenis perusahaan turut mencemari lingkungan, sebenarnya juga sudah “merambat” ke rumahtangga dan individu, bukti-bukti yang secara konkret dapat dikemukakan antara lain ialah :

1. Penggunaan alat pendingin, kulkas, dan freezer di tempat kerja dan di rumah yang seperti dimaklumi menghasilkan karbon dioksida serta karbon monoksida yang dibuang ke udara sehingga mengakibatkan apa yang disebut sebagai “efek rumah kaca”.
2. Pembuangan sampah seperti kertas dan plastik yang mestinya didaur ulang.
3. Limbah industri yang “dihasilkan” oleh berbagai jenis industri, seperti asap yang mengandung gas yang di buang ke angkasa dan mempertipis lapisan ozon di atmosfir, limbah industri yang dibuang ke sungai sehingga mencemari dan dapat membahayakan pasokan air untuk berbagai kepentingan, seperti irigasi dan air bersih bagi masyarakat luas.

Tindakan yang dapat dikategorikan sebagai perusakan lingkungan hidup antara lain ialah penebangan hutan secara liar atau tidak bertanggungjawab misalnya, tanpa adanya program peremajaan hutan atau reboisasi, penggalian bahan mineral, baik di darat maupun di laut, tanpa memperhitungkan dampaknya terhadap ekosistem yang peka terhadap

---

27) Sondang P. Siagian, *Etika Bisnis*, Pustaka Binaman Pressindo, 1996, hal.312

perubahan dan yang bahkan dapat berakibat pada kepunahan flora dan fauna.

Dunia tampaknya makin sadar tentang pentingnya pelestarian lingkungan hidup dan sepakat untuk mengupayakan pertumbuhan ekonomi yang berwawasan lingkungan.

Jika polusi memang merugikan lingkungan, salah satu tindakan yang logis adalah melarang semua kegiatan yang akan mengakibatkan polusi. Bisnis yang mencemari lingkungan harus bertanggungjawab untuk melindungi dan memulihkan lingkungan. Orang atau perusahaan yang mengakibatkan pencemaran harus juga menanggung biaya untuk membersihkannya. Industri yang membuang limbah ke dalam sungai, harus juga membersihkan air sungai sampai kembali ke keadaan sebelumnya.

Dapat dikatakan, produsen harus memikul beban untuk memulihkan kembali lingkungan, khususnya produsen besar yang mengakibatkan banyak polusi atau kerusakan. Untuk memudahkan agar pelaku usaha bertanggungjawab terhadap kerusakan dan pencemaran lingkungan perlu adanya sanksi yang tegas dari pemerintah, antara lain dengan dibuatnya undang-undang lingkungan hidup.

## 2.2. Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Perusahaan mempunyai tanggungjawab moral dan sosial. Tanggungjawab sosial menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap pihak-pihak lain secara lebih luas daripada kepentingan perusahaan itu sendiri. Walaupun tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan tetapi tidak dibenarkan

dengan cara mengorbankan kepentingan pihak-pihak lain, termasuk kepentingan masyarakat luas.

Dengan konsep tanggungjawab sosial dan moral perusahaan, dikatakan bahwa suatu perusahaan harus bertanggungjawab atas tindakan dan kegiatan bisnisnya yang berpengaruh pada orang-orang tertentu, masyarakat serta lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi, sehingga dapat menciptakan suatu masyarakat yang baik dan sejahtera.

Dalam perkembangan etika bisnis, muncul gagasan yang lebih komprehensif mengenai lingkup tanggungjawab sosial perusahaan. Paling tidak hingga saat ini ada empat bidang yang dianggap dan diterima sebagai tanggungjawab perusahaan. 28)

*Pertama*, keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas sebagai salah satu bentuk dan wujud tanggungjawab sosial perusahaan, perusahaan diharapkan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang terutama dimaksudkan untuk membantu memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jadi, tanggungjawab sosial dan moral perusahaan disini terutama terwujud dalam bentuk ikut melakukan kegiatan tertentu yang berguna bagi masyarakat..

Perusahaan diharapkan tidak hanya melakukan kegiatan bisnis demi mencari keuntungan, melainkan juga ikut memikirkan kebaikan, kemajuan

---

28) Keempat lingkup tanggungjawab sosial perusahaan ini terutama diilhami oleh Orasi ilmiah Prof.Dr.Jack Mohoney SJ, tanggal 19 Agustus 1996 di Universitas Atmajaya, Jakarta dalam Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya, Dr.A.Sonny Keraf, Penerbit Kanisius Yogyakarta, 1998.

dan kesejahteraan masyarakat, dengan ikut melakukan berbagai kegiatan sosial yang berguna bagi masyarakat. Misalnya menyumbangkan dana untuk membangun rumah ibadat, membangun prasarana dan fasilitas sosial dalam masyarakat (listrik, air, jalan, tempat rekreasi, dsb.), melakukan penghijauan, menjaga sungai dari pencemaran atau ikut membersihkan sungai dari polusi, melakukan pelatihan cuma-cuma bagi pemuda yang tinggal di sekitar perusahaan, memberi beasiswa kepada anak dari keluarga yang kurang mampu ekonominya, dsb.

Ada beberapa alasan yang dapat dijadikan dasar bagi keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial tersebut.

1. Perusahaan dan seluruh karyawannya adalah bagian integral dari masyarakat setempat. Karena itu, wajar jika mereka harus ikut bertanggungjawab atas kemajuan dan kebaikan masyarakat tersebut.
2. Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapat hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam masyarakat tersebut dengan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.
3. Dengan tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan sosial, perusahaan memperlihatkan komitmen moralnya untuk melakukan kegiatan-kegiatan bisnis tertentu yang dapat merugikan kepentingan masyarakat luas.
4. Dengan keterlibatan sosial, perusahaan tersebut menjalin hubungan sosial yang lebih baik dengan masyarakat dan dengan demikian perusahaan tersebut akan lebih diterima kehadirannya dalam masyarakat.

*Kedua*, adalah keuntungan ekonomis. Menurut Milton Friedman, satu-satunya tanggungjawab sosial perusahaan adalah mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Karena itu, berhasil tidaknya suatu perusahaan, secara ekonomis dan moral, dinilai berdasarkan lingkup tanggungjawab sosial ini.

Menurut Adam Smith dan M. Friedman, bahwa semua orang punya tanggungjawab moral untuk mengejar dan mempertahankan kepentingan pribadinya. Dalam hal ini kepentingan pribadi tidak dilihat sebagai kecenderungan yang egois, melainkan sebagai sebuah bentuk cinta diri yang positif. Ini berakar pada konsep moral bahwa semua manusia mempunyai hak atas hidup, dan bertanggungjawab mempertahankan hidup tersebut.

Konsep ini kemudian diterapkan dalam bisnis, khususnya perusahaan, bahwa setiap pelaku bisnis dan juga perusahaan secara moral dibenarkan untuk mengejar kepentingan pribadinya, yang dalam bisnis diartikan sebagai keuntungan ekonomi. Karena dengan hanya itu perusahaan dapat dipertahankan dan hanya dengan itu semua karyawan dan semua pihak lain yang terkait bisa dipenuhi hak dan kepentingannya.

Dalam bisnis modern sekarang ini sulit untuk memisahkan keuntungan ekonomis dari keterlibatan sosial. Pengalaman bisnis banyak perusahaan menunjukkan bahwa justru keterlibatan sosial sebagai salah satu wujud tanggungjawab sosial perusahaan akan sangat menunjang kegiatan bisnis perusahaan dan pada akhirnya akan sangat menguntungkan perusahaan itu sendiri. Dengan keterlibatan sosial, sebagai wujud tanggungjawab dan kepedulian perusahaan atas kemajuan masyarakat akan muncul citra yang

lebih positif mengenai perusahaan tersebut dan membuat masyarakat lebih menerima kehadiran dan produk perusahaan tersebut.

*Ketiga*, lingkup tanggungjawab sosial perusahaan yang tidak kalah pentingnya adalah memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik yang menyangkut kegiatan bisnis maupun yang menyangkut kehidupan sosial pada umumnya. Ini merupakan salah satu lingkup tanggungjawab sosial perusahaan yang semakin penting.

Sebagai bagian integral dari masyarakat, perusahaan mempunyai kewajiban dan kepentingan untuk menjaga ketertiban dan keteraturan sosial. Salah satu bentuk dan wujud paling konkret dari upaya menjaga ketertiban dan keteraturan sosial adalah dengan mematuhi aturan hukum yang berlaku. Jika perusahaan tidak mematuhi aturan hukum yang ada, seperti halnya masyarakat lain, maka ketertiban dan keteraturan masyarakat tidak akan terwujud.

Disamping itu perusahaan juga mempunyai tanggungjawab moral dan sosial untuk menjaga agar bisnis berjalan secara baik dan teratur. Salah satu cara terbaik adalah dengan mematuhi aturan bisnis yang ada. Tidak hanya demi kelangsungan bisnis, melainkan juga demi menjaga ketertiban dan keteraturan baik dalam iklim bisnis maupun keadaan sosial pada umumnya.

*Keempat*, hormat pada hak dan kepentingan stakeholders atau pihak-pihak yang punya kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan, seperti : konsumen, buruh, investor, kreditor, pemasok, penyalur, masyarakat setempat, pemerintah dan seterusnya. Tanggungjawab sosial perusahaan menjadi hal yang begitu konkret, baik

demi terciptanya suatu kehidupan sosial yang baik maupun demi kelangsungan dan keberhasilan kegiatan bisnis perusahaan tersebut.

### 2.3. Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja

Dalam rangka etika bisnis hak pekerja harus diperhatikan. Penghargaan dan jaminan terhadap hak pekerja merupakan salah satu penerapan dari prinsip keadilan dalam bisnis. Dalam hal ini keadilan menuntut agar semua pekerja diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Baik sebagai pekerja maupun sebagai manusia, mereka tidak boleh dirugikan, dan perlu diperlakukan secara sama tanpa diskriminasi yang tidak rasional. Karena pelaksanaan dan penegakan keadilan sebagaimana telah dikatakan, sangat menentukan praktek bisnis yang baik dan etis, maka ini sekaligus berarti bahwa pengakuan, penghargaan dan jaminan atas hak pekerja sangat ikut menentukan baik dan etisnya praktek bisnis.

Sebagaimana berulang kali dikatakan, dalam bisnis modern yang penuh dengan persaingan ketat, para pengusaha semakin menyadari bahwa pengakuan, penghargaan, dan jaminan atas hak-hak pekerja dalam jangka panjang akan sangat menentukan sehat tidaknya kinerja suatu perusahaan. Ini disebabkan karena jaminan atas hak-hak pekerja pada akhirnya berpengaruh langsung secara positif atas sikap, komitmen, loyalitas, produktivitas, dan akhirnya kinerja setiap pekerja. Suka atau tidak suka, hal ini berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pengakuan, penghargaan dan jaminan atas hak karyawan semakin disadari sebagai faktor yang menentukan kelangsungan dan keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Penghargaan atau sebaliknya pelanggaran atas hak-hak



pekerja akan membuat karyawan betah atau tidak betah, berdisiplin atau tidak, punya komitmen atau tidak, produktif atau tidak, loyal atau tidak.<sup>29)</sup>

Dalam suatu perusahaan ada “perekat” antara perusahaan sebagai pengguna tenaga kerja dengan para karyawannya. Dikatakan demikian karena seseorang yang menjadi karyawan suatu perusahaan menjatuhkan pilihan berkarya pada perusahaan tertentu atas kemauan sendiri dan bukan karena paksaan. Seorang karyawan secara sadar dan ikhlas mau mengikat dirinya pada hubungan kontraktual dengan perusahaan melalui mana ia setuju untuk :

- a. menerima kewenangan formal organisasi
- b. memikul tanggungjawab tertentu
- c. menerima penugasan dan penempatan pada salah satu satuan kerja dalam perusahaan
- d. mengerahkan segala pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, tenaga, dan waktu demi keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan sasaran-nya
- e. taat kepada berbagai ketentuan formal yang ditentukan oleh manajemen
- f. menunjukkan loyalitas, dedikasi, dan komitmen kepada organisasi
- g. menampilkan perilaku yang bersifat fungsional

Disamping hal-hal tersebut iapun mempunyai hak-hak tertentu yang harus diakui, dihargai, dan dipenuhi oleh perusahaan seperti :

- a. pengakuan atas harkat dan martabatnya sebagai manusia

---

29) A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 1998, hal. 161

- b. sistem imbalan yang adil, wajar, dan setara dengan imbalan yang diberikan oleh perusahaan lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis sejenis di kawasan yang sama
- c. penugasan yang menarik
- d. pemberdayaan dalam kekaryaan antara lain melalui partisipasi dalam pengambilan keputusan yang menyangkut tugas pekerjaannya
- e. lingkungan kerja yang sehat dan nyaman
- f. peningkatan mutu hidup kekaryaan
- g. penilaian kinerja yang didasarkan pada tolok ukur yang rasional dan obyektif
- h. penyediaan kesempatan mengikuti pendidikan dan pelatihan
- i. dukungan organisasi dalam hal yang bersangkutan menghadapi berbagai masalah di tempat kerja dan bahkan mungkin yang sifatnya pribadi

Jelaslah bahwa baik perusahaan maupun para karyawan mempunyai kewajiban moral yang harus ditunaikan dan etika bisnis menekankan pentingnya kedua belah pihak untuk menunaikan berbagai kewajiban tersebut. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa hak perusahaan merupakan kewajiban bagi para karyawannya. Demikian pula sebaliknya. Para karyawan mempunyai hak yang diperolehnya melalui penunaian kewajiban perusahaan.

### 3. Pengembangan Perusahaan

#### 3.1. Tujuan Pengembangan Perusahaan

Suatu perusahaan dikatakan mengadakan ekspansi (perluasan/

pengembangan) apabila terdapat penambahan volume kesibukan secara permanen.

Dorongan untuk mengadakan perluasan dapat timbul karena alasan :

- a. Psychologis, yaitu keinginan untuk maju dari pemilik atau pimpinan perusahaan. Dorongan untuk maju dan menjadi besar sangat penting bagi perusahaan yang tidak ingin tinggal dalam “posisi” yang sekarang. Di dalam era pembangunan seperti sekarang ini maka “berdiri di tempat” berarti kemunduran. Oleh sebab itu jika tidak ingin tertinggal, maka semangat dan jiwa besar untuk berkembang harus ada.
- b. Ekonomis, yaitu dorongan untuk memperoleh laba yang lebih besar. Untuk memperbesar laba perusahaan, tidak mungkin hanya dalam “posisi” yang sekarang, harus dikembangkan.

Alasan yang bersifat ekonomis itu dapat disebut secara spesifik sebagai berikut :

- a. Keinginan untuk memperbesar laba agar dapat memperkokoh kedudukan di dalam persaingan. Jika tidak mau mengembangkan perusahaan dapat “tergilas” oleh pesaing-pesaingnya : perusahaan-perusahaan minuman temu lawak, limun dan sebagainya “dibuldoser” oleh “Coca-cola, Sprite, dan sebagainya.
- b. Mengembangkan perusahaan dengan keinginan untuk menekan biaya produksi melalui pembelian dan penjualan dengan skala besar.
- c. Memperluas perusahaan karena keinginan untuk menguasai harga-harga; yang tidak akan mungkin dilakukan oleh perusahaan kecil atau sedang-sedang saja.

- d. Memperluas perusahaan dengan maksud untuk menstabilisasi penjualan dengan cara memproduksi barang-barang yang berbeda-beda. Dengan keberanekaan product, maka jumlah penjualan tidak akan tergantung pada satu jenis barang saja.
- e. Memperluas perusahaan dengan cara menggabungkan dua perusahaan atau lebih, mungkin dimaksudkan untuk memecahkan masalah bersama, yang tidak dapat dipecahkan secara tersendiri.

Dorongan psychologis dan ekonomis seperti disebutkan diatas tidak dapat berdiri sendiri-sendiri. Dorongan psychologis saja tidak cukup kalau tidak ada dorongan ekonomis yang menopang perhitungan-perhitungan perluasan yang rasional. Sebaliknya dorongan ekonomis yang tidak disertai dengan ambisi pimpinan untuk menjadi besar juga tidak akan ada manfaatnya. Dua hal tersebut diatas kelihatannya memang tidak dapat dipisah-pisahkan. 30)

Perluasan/pengembangan perusahaan dapat timbul dari dalam (*internal*) dan dapat pula timbul karena faktor-faktor dari luar perusahaan (*external*).

Dikatakan perluasan/pengembangan timbul dari dalam, apabila perluasan itu diadakan melalui laba perusahaan. Perusahaan mempunyai cadangan yang memang disediakan untuk memperluas perusahaan. Sering dikatakan perusahaan menganut kebijakan menanamkan kembali laba perusahaan atau re-investasi laba ("*internal re-investment*")

---

30) Wasis, op.cit., hal.204

Bisa juga perusahaan mengadakan perluasan/pengembangan dengan menambah investasi dalam harta lancar saja, karena pada saat itu perusahaan belum mencapai kapasitas penuh. Sehingga apabila terjadi kenaikan permintaan, maka kenaikan permintaan tidak perlu dilayani dengan mengadakan investasi baru pada aktiva tetap, akan tetapi cukup investasi tambahan itu pada aktiva lancar (*current assets*).

Ekspansi ektern terjadi apabila ada dua perusahaan atau lebih yang mengadakan penggabungan atau peleburan menjadi satu perusahaan saja.

Bentuk-bentuk ekspansi ekstern ialah :

- a. Peleburan, yaitu apabila perusahaan-perusahaan meleburkan diri, dan tiap-tiap perusahaan kehilangan identitasnya, kemudian muncul satu perusahaan yang sama sekali baru.
- b. Penggabungan, yaitu penggabungan dari 2 perusahaan atau lebih, dimana salah satu dari perusahaan yang menggabung itu mempertahankan nama dan identitasnya sedangkan yang lain kehilangan nama dan identitasnya. Dalam hal ini dikatakan "merger".
- c. Holding company, holding company sebenarnya adalah penguasaan terhadap perusahaan lain (subsidiary) dengan jalan membeli saham-saham dari perusahaan lain itu. Perusahaan yang terakhir ini dinamakan "subsidiary company". Dengan cara ini maka holding company menguasai perusahaan-perusahaan subsidiaries.

Jika dikaitkan antara pengembangan perusahaan dengan etika ekobisnis, maka pengembangan perusahaan yang dimaksud adalah pengembangan perusahaan secara eksternal, dimana etika ekobisnis sebagai pendukung dalam pengembangan perusahaan tersebut.

Dengan mengembangkan perusahaan, tentu banyak sekali manfaat yang diperoleh. Karena jika ditinjau dari sisi ekonomi, banyak ukuran yang dapat dipakai untuk mengetahui apakah suatu perusahaan itu berkembang atau tidak. Suatu perusahaan dikatakan berkembang, antara lain jika :

a. Keuntungan perusahaan bertambah

Kegiatan bisnis selalu bertujuan mencari keuntungan. Perolehan keuntungan dalam hal ini memegang peranan penting, karena dengan meningkatnya keuntungan bobot modal bertambah besar, yang dapat diinvestasikan dalam usaha produktif, sehingga menghasilkan kekayaan lebih besar lagi, dapat mensejahterakan karyawan, dsb.

Menurut Henry R.Cheeseman, ada empat teori tanggungjawab sosial, yaitu : 31)

Teori :	Tanggungjawab Sosial
1. Maximizing profits	Untuk memaksimalkan keuntungan pemilik/pemegang saham
2. Moral minimum	Untuk menghindari kerugian dan mengganti kerugian yang timbul
3. Stakeholder interest	Untuk mempertimbangkan keuntungan seluruh stakeholder, termasuk pemegang saham, pegawai, konsumen, supplier, kreditur dan masyarakat
4. Masyarakat korporasi	Untuk melakukan yang baik dan memecahkan masalah sosial

---

31) Henry R.Cheeseman, *Business Law, The Legal, Ethical, and International Environment*, Third Edition, United States, 1998, hal. 149

Tetapi kegiatan bisnis dalam mencari keuntungan rawan dari sudut pandang etika. Jika keuntungan menjadi tujuan bisnis, pebisnis mudah tergoda untuk menempuh jalan pintas, guna mencapai tujuannya dengan lebih cepat dan lebih mudah, daripada harus menjalankan bisnis dengan sabar serta jujur dan memperhatikan rambu etika. Pebisnis harus senantiasa menghormati *stakeholder*. Jika memaksimalkan keuntungan menjadi satu-satunya tujuan perusahaan, dengan sendirinya akan timbul keadaan yang tidak etis. Misalnya, semuanya dikerahkan dan dimanfaatkan demi tercapainya tujuan itu, termasuk memperlakukakan karyawan. Memperlakukakan karyawan dengan alasan apapun berarti tidak menghormati mereka sebagai manusia. Immanuel Kant, filsuf Jerman abad ke-18 merumuskan bahwa “hendaklah memperlakukan manusia selalu juga sebagai tujuan pada dirinya dan tidak pernah sebagai sarana belaka”. Manusia tidak pernah boleh diperalat dan hal itu pasti terjadi, bila keuntungan dijadikan satu-satunya tujuan perusahaan.<sup>32)</sup>

Ada beberapa argumen yang dapat diajukan di sini untuk menunjukkan bahwa justru demi memperoleh keuntungan etika sangat dibutuhkan, sangat relevan, dan mempunyai tempat yang sangat strategis dalam bisnis dewasa ini.<sup>33)</sup>

*Pertama*, dalam bisnis modern dewasa ini para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang-orang profesional di bidangnya. Mereka dituntut mempunyai keahlian dan ketrampilan bisnis yang melebihi

---

32) K. Bertens, *Etika Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999, cet. iv, hal. 170

33) Dikutip dari Sonny Keraf, “*Pasar Global dan Relevansi Etika Bisnis*” Suara Pembaruan, 12 Maret 1996, dalam *Etika Bisnis*, Sonny Keraf, hal. 63

ketrampilan dan keahlian bisnis orang kebanyakan lainnya. Hanya orang profesional yang akan menang dan berhasil dalam bisnis yang penuh persaingan yang ketat. Yang menarik, kinerja itu tidak hanya menyangkut aspek bisnis, manajerial, dan organisasi, melainkan juga menyangkut komitmen moral, integritas moral, disiplin, loyalitas, kesatuan visi moral, pelayanan, sikap mengutamakan mutu, penghargaan terhadap hak dan kepentingan pihak-pihak terkait (*stakeholders*).

*Kedua*, dalam persaingan bisnis yang ketat para pelaku bisnis modern sangat sadar bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu, hal yang paling pokok untuk bisa untung dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauh mana suatu perusahaan bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Sekali konsumen dirugikan mereka akan berpaling dari perusahaan tersebut. Para pelaku bisnis modern sadar betul bahwa kepercayaan konsumen hanya mungkin dijaga dengan memperlihatkan citra bisnisnya sebagai bisnis yang baik dan etis. Termasuk di dalamnya adalah pelayanan, tanggapan terhadap keluhan konsumen, hormat terhadap hak dan kepentingan konsumen, menawarkan barang dan jasa dengan mutu yang baik dan harga sebanding, tidak menipu konsumen dengan iklan yang bombastis dan seterusnya.

*Ketiga*, Salah satu cara yang paling efektif dalam menjalankan bisnis adalah secara baik dan etis, yaitu dengan menjalankan bisnis sedemikian rupa tanpa secara sengaja merugikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya. Asumsinya, kalau sampai



terjadi bahwa ia menjalankan bisnisnya dengan merugikan pihak-pihak tertentu, maka pemerintah, yang tugasnya adalah menjaga dan menjamin hak dan kepentingan semua pihak tanpa terkecuali, akan serta merta turun tangan mengambil tindakan tertentu untuk menertibkan praktek bisnis yang tidak baik itu.

*Keempat*, dalam bisnis yang penuh persaingan ketat, karyawan adalah orang-orang profesional yang tidak mudah digantikan. Karena mengganti seorang tenaga profesional akan sangat merugikan baik dari segi finansial, waktu, energi, irama kerja perusahaan, teamwork, momentum, dan seterusnya. Karena itu yang paling ideal adalah bagaimana perusahaan menjaga dan mempertahankan tenaga kerja profesional yang ada daripada membiarkan karyawan yang profesional itu pergi setiap saat. Dalam persaingan yang ketat, mengganti profesional yang ada berarti kalah selangkah.

b. Volume penjualan meningkat

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, perusahaan melakukan beberapa terobosan agar produknya digemari konsumen, antara lain dengan memasarkan produknya. Saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha.

Gambaran tentang pemasaran secara luas dapat diketahui dari definisi yang dikemukakan oleh William J. Stanton berikut ini :

“Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan,

dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi.

Salah satu kegiatan pemasaran adalah promosi. Promosi merupakan salah satu *variabel marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya.

Beberapa kegiatan yang ada dalam promosi ini pada umumnya ada empat, yaitu : periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas dan hubungan masyarakat.

Periklanan ini merupakan salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan oleh perusahaan maupun perseorangan. Dalam periklanan ini, pihak yang memasang iklan (disebut sponsor) harus mengeluarkan sejumlah biaya atas pemasangan iklan pada media. Jadi periklanan dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Periklanan adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu”

Tujuan periklanan yang terutama adalah menjual atau meningkatkan penjualan barang atau jasa. Adanya kegiatan periklanan sering mengakibatkan terjadinya penjualan dengan segera, meskipun banyak juga penjualan yang baru terjadi pada waktu mendatang.

Jika dikaitkan dengan etika, pada umumnya periklanan tidak mempunyai reputasi baik sebagai pelindung atau pejuang kebenaran. Sebaliknya, kerap kali iklan terkesan suka membohongi, menyesatkan,

dan bahkan menipu publik. Periklanan dapat dikatakan tidak bisa dipercaya. Tentu saja, pembohongan, penyesatan, dan penipuan merupakan perbuatan tidak etis.

Iklan bertujuan untuk promosi. Iklan merayu konsumen. Iklan ingin mengiming-iming calon pembeli. Karena itu bahasa periklanan mempergunakan retorika tersendiri. Ia menandakan bahwa produknya adalah yang terbaik atau nomor satu di bidangnya. Iklan bukan saja menyesatkan dengan berbohong, tapi juga dengan tidak mengatakan seluruh kebenaran, misalnya, karena mendiamkan sesuatu yang sebenarnya penting untuk diketahui oleh konsumen. Selain berbohong, iklan bisa bersifat tidak etis juga karena menipu.

Karena kemungkinan dipermainkannya kebenaran dan terjadinya manipulasi merupakan hal-hal rawan dalam bisnis periklanan, perlulah adanya kontrol tepat yang dapat mengimbangi kerawanan tersebut. Pengontrolan seperti itu dapat dijalankan dengan tiga cara, yaitu : oleh pemerintah, oleh para pengiklan sendiri, dan oleh masyarakat luas. 34) Hal ini diperlukan agar hak konsumen terlindungi. Disinilah pentingnya bisnis menjaga etika pergaulannya secara baik. Adapun yang harus dijaga oleh pelaku usaha dalam pergaulannya dengan konsumen, antara lain :

- Kemasan yang berbeda-beda membuat konsumen sulit untuk membedakan atau mengadakan perbandingan harga terhadap produknya.

---

34) K.Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius Yogyakarta/2000, hal.275

- Bungkus ataupun kemasan membuat konsumen tidak dapat mengetahui isi di dalamnya, sehingga produsen perlu memberikan kejelasan tentang isi serta kandungan atau zat-zat yang terdapat di dalam produk.
  - Promosi terutama iklan merupakan gangguan etis yang paling utama.
  - Pemberian servis dan terutama garansi adalah merupakan tindakan yang sangat etis bagi suatu bisnis. Sangatlah tidak etis suatu bisnis yang menjual produknya yang ternyata jelek atau tak layak dipakai tetap saja tidak mau mengganti produknya tersebut kepada pembelinya.
- c. Jumlah produksi meningkat

Bagian produksi adalah suatu bagian yang ada dalam perusahaan yang bertugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Dengan mengatur kegiatan itu maka diharapkan proses produksi akan berjalan lancar dan hasil produksipun akan bermutu tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat pemakainya. Bagian produksi dalam menjalankan tugasnya tidak sendirian akan tetapi bersama-sama dengan bagian-bagian lain seperti bagian pemasaran, bagian keuangan serta bagian akuntansi. Oleh karena itu haruslah diadakan koordinasi kerja agar semua bagian dapat berjalan seiring dan seirama dan dapat dihindarkan benturan-benturan kepentingan antarbagian dalam perusahaan. Dengan perencanaan yang baik serta koordinasi kerja yang rapi maka benturan-benturan tersebut akan dapat dihindarkan. 35)

---

35) Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, Edisi 2, cet. vii, BPFE-Yogyakarta, 2001, hal. 243

Menurut R.C.Appleby, produksi adalah kegiatan merubah bahan atau komponen (produk) menjadi barang jadi. Di dalam kegiatan ini dimasukkan juga perakitan (assembling) dari komponen-komponen produk, sehingga produk tersebut siap-dijual. 36)

Sedangkan R.R.Pitfield mengemukakan secara umum tentang cakupan pengelolaan produksi yang meliputi berbagai aspek, antara lain : aspek pemasarannya, aspek desain, aspek tersedianya sumber/ bahan baku dan lain-lain. 37)

Jadi kegiatan produksi akan melibatkan pengubahan dan pengolahan berbagai macam sumber menjadi barang dan jasa.

Ada banyak sistem yang digunakan pada proses produksi, karena banyaknya produk yang dihasilkan dan diinginkan oleh pasar. Urusan produksi dan operasi sangat bervariasi tergantung pada ukuran perusahaan, jenis perusahaan, teknologi yang dipakai dan sebagainya. Perusahaan kecil seperti industri rumah tangga jelas berbeda dalam produksi dan operasi dengan perusahaan besar.

Kaitannya dengan etika ekobisnis, dalam memperoleh dan mengolah sumber/bahan baku pelaku usaha harus memperhatikan lingkungan. Perusahaan yang memproduksi baik barang maupun jasa harus melihat ulang proses operasi mereka sehubungan dengan adanya peningkatan peraturan yang berhubungan dengan polusi lingkungan,

---

36) Robert C.Appleby : "*Modern Business Administration*", Pitman Publishing Ltd.Surrey, U.K., Second Edition 1976, hal.101 dalam Wasis, Pengantar Ekonomi Perusahaan, Penerbit Alumni Bandung, 1997, cet.vi, hal.159

37) Ronal R.Pitfield, "*Business Organization*", Macdonald and Evans, Estover, Plymouth, U.K., 1997, hal.101 dalam Wasis, Pengantar Ekonomi Perusahaan, Penerbit Alumni Bandung, 1997, cet.vi, hal.160

sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang lingkungan. Karena lebih murah untuk mencegah polusi daripada untuk membersihkan limbah, maka perusahaan harus mendesain produk dan proses produksinya untuk mencegah atau mengurangi polusi. Sebagai contoh pada industri kulkas yang saat ini tidak lagi menggunakan freon karena dapat merusak ozon.

Begitu juga dengan bahan baku yang digunakan, diharapkan tidak merusak lingkungan dan mencemari lingkungan serta menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan.

d. Karyawan mendapat kesejahteraan lebih baik

Seperti telah diuraikan di atas bahwa perusahaan mempunyai tanggungjawab terhadap tenaga kerja. Dimana perusahaan memberikan imbalan sebagai balas jasa atas penggunaan pengetahuan, ketrampilan, bakat, pengalaman, tenaga dan waktu para karyawan demi kepentingan perusahaan. Penentuan sistem imbalan yang berlaku dalam perusahaan-pun dipandang sebagai salah satu hak prerogatif manajemen.

Dalam memilih dan menentukan sistem imbalan tertentu, pada umumnya digunakan berbagai prinsip, seperti prinsip keadilan, kewajaran, kesetaraan, imbalan berdasarkan kinerja dan bukan atas dasar senioritas semata-mata, dan prinsip perbandingan nilai.

Penting pula diperhatikan bahwa struktur sistem imbalan merupakan hal yang sangat rumit karena komponennya yang beraneka ragam, yang dimaksud ialah dalam suatu sistem imbalan, terdapat berbagai komponen, seperti :38)

---

38) Sondang P. Siagian, *Etika Bisnis*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1996, hal. 195

- upah atau gaji pokok
- tunjangan isteri
- tunjangan anak, dengan atau tanpa pembatasan jumlah
- tunjangan jabatan, baik dalam arti struktural maupun fungsional
- tunjangan biaya hidup
- upah lembur
- bonus
- komisi
- bantuan perusahaan kepada para karyawan dalam bentuk pembayaran berbagai jenis asuransi seperti asuransi medis, asuransi jiwa, asuransi kedokteran gigi, asuransi kesehatan mata, biaya rehabilitasi kesehatan mata, biaya rehabilitasi bagi mereka yang mengalami kecelakaan atau cedera dalam tugas
- kemudahan simpan-pinjam yang pada umumnya ditangani oleh koperasi karyawan
- kepemilikan saham perusahaan
- kafetaria murah
- beasiswa bagi anak-anak karyawan yang berprestasi
- beasiswa bagi para karyawan yang ingin melanjutkan studinya sepanjang bidang studinya sepanjang bidang studi tersebut berkaitan dengan tugas yang bersangkutan di perusahaan
- bantuan di bidang perumahan
- berbagai bentuk penghargaan seperti piagam, pulpen emas, cincin emas, atau bentuk-bentuk penghargaan lainnya
- sumbangan perusahaan untuk jaminan hari tua

- sumbangan perusahaan untuk dana pensiun
- pemberian simbol-simbol status tertentu
- bantuan perusahaan kepada mereka yang melakukan suatu bentuk bakti sosial, misalnya untuk satu kurun waktu tertentu menjadi guru di sekolah dasar di satu daerah terpencil di mana perusahaan dimana perusahaan melakukan kegiatan .

Menemukan keseimbangan antara hak perusahaan dengan kewajibannya kepada para karyawan merupakan salah satu tugas manajemen yang sangat penting. Berarti dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan perusahaan, manajemen tidak boleh hanya menuntut berbagai haknya, akan tetapi juga mengambil langkah-langkah sedemikian rupa sehingga para karyawan menjadi anggota organisasi yang produktif berkat perolehan haknya.

Pemenuhan kewajiban perusahaan kepada para karyawan pada umumnya tercermin pada kebijakan yang menyangkut berbagai segi kehidupan kekaryaan, terutama yang menyangkut rekrutmen, seleksi, orientasi, penempatan, penilaian kinerja, pelatihan, perencanaan dan pengembangan karier, sistem imbalan, pengenaan sanksi disiplin, pemeliharaan hubungan yang harmonis, pemutusan hubungan kerja, dan pemensiunan.

Salah satu kewajiban perusahaan kepada para karyawannya ialah menciptakan dan memelihara hubungan yang serasi secara individual. Dua segi yang menonjol dalam penunaian kewajiban ini ialah : 1) perkayaan mutu hidup kekaryaan dan 2) pemberdayaan karyawan.



Perkayaan mutu hidup kekaryaan mencakup berbagai segi kehidupan organisasional, seperti :

- penyeliaan yang simpatik
- kondisi fisik pekerjaan yang nyaman dan aman
- perlindungan terhadap bahaya dan kecelakaan di tempat tugas
- tugas pekerjaan yang menarik dan menantang dalam arti tidak rutinistik dan mekanistik
- adanya tugas yang jelas melalui mana seorang karyawan dapat menunjukkan kontribusinya secara nyata
- tumbuhnya perasaan dalam diri karyawan bahwa ia melakukan tugas yang penting demi keberhasilan perusahaan

Dalam menunaikan kewajiban memperkaya kehidupan para karyawannya, bagi perusahaan tersedia berbagai jenis teknik yang dapat digunakan seperti pendekatan struktural, pengaitan sifat tugas dan jenis teknologi yang digunakan dengan sarana dan prasarana kerja, dan pendekatan keperilakuan. Semua itu akan mengangkat harkat dan martabat manusia dalam kehidupan kekaryaannya karena diperlakukan sebagai manusia yang matang dan memiliki rasa tanggungjawab tinggi.

e. Perusahaan menjalankan fungsi sosial

Di dalam menjalankan tugasnya yaitu memproduksi barang/jasa untuk disajikannya kepada masyarakat atau konsumen, sering terjadi adanya konflik kepentingan antara kepentingan masyarakat umum dengan kepentingan perusahaan. Benturan kepentingan tersebut banyak terjadi baik terhadap perusahaan besar, menengah ataupun perusahaan

kecil. Bentrokan kepentingan ini sering terjadi terutama dalam hal ditimbulkannya polusi oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Polusi ini dapat berupa polusi udara, polusi air limbah, polusi suara dan bahkan polusi mental kejiwaan.

Tanggungjawab sosial suatu bisnis, dewasa ini menjadi suatu topik yang cukup menonjol. Bisnisman dituntut untuk lebih banyak memperhatikan aspek-aspek sosial dan menerapkan etika bisnis secara jujur. Konflik kepentingan antara bisnis dengan kepentingan masyarakat itu akan selalu muncul yang kadang kala sulit untuk menyelesaikannya. Apabila konflik tersebut mencapai jalan buntu atau tidak teratasi maka biasanya masyarakat akan menggunakan tangan Pemerintah sebagai penengahnya. Hak-hak itulah yang melatarbelakangi adanya ketentuan pemerintah untuk mewajibkan kepada pengusaha yang akan mendirikan pabriknya harus mendapatkan izin HO atau Hinder Ordonansie agar dapat dicegah adanya konflik tersebut di kemudian hari.

Di samping itu bisnisman juga harus memperhatikan masalah menyusutnya sumber daya alam terutama yang tidak dapat diperbaharui seperti minyak bumi, gas alam, batu bara, batu kapur, semen, dan sebagainya. Selain daripada sumber daya alam yang dapat diperbaharui pun haruslah dijaga pula agar jangan sampai punah.

Pelaksanaan tanggungjawab sosial yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan menuntut diperlakukannya etika bisnis. Perusahaan yang tidak memperhatikan kepentingan umum dan kemudian menimbulkan gangguan lingkungan akan dianggap sebagai bisnis yang

tidak etis. Dorongan pelaksanaan etika bisnis itu pada umumnya datang dari luar yaitu dari lingkungan masyarakat. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan tanggungjawab sosial oleh suatu bisnis tidak lepas dari beban biaya yang kadang-kadang cukup besar jumlahnya. Dengan demikian maka secara intern pelaksanaannya akan terbentur pada pertimbangan untung rugi yang pada umumnya mendominasi dan menjadi ciri dari suatu bisnis.

Dorongan tidak saja datang dari luar, akan tetapi sering pula muncul dari dalam bisnis itu sendiri. Hal ini disebabkan karena bisnismen adalah juga manusia, karyawannya pun juga manusia yang lengkap dengan rasa, karsa dan karya. Oleh karena itu mereka juga sering terdorong rasa kemanusiaannya untuk menerapkan etika bisnis yang baik secara jujur. Sebagai contoh adalah penerapan prinsip-prinsip manajemen terbuka (*Open Management*), Hubungan Industrial Pancasila, Pengendalian Mutu Terpadu dengan Gugus Kendali Mutunya yang merupakan penerapan manajemen yang berorientasi hubungan kemanusiaan.

Problem-problem sosial seperti kebersihan kota, kesehatan lingkungan, ketertiban masyarakat, pelestarian lingkungan alam dan sebagainya, mendorong para bisnismen untuk melakukan kegiatan bisnisnya seiring dengan terciptanya kondisi tersebut. Adapun masalah-masalah sosial yang mendorong suatu bisnis melaksanakan tanggungjawab sosialnya dapat diklasifikasikan menjadi 4 macam, yaitu :39)

---

39) Indriyo Gitosudarmo, op.cit, hal.42

- penerapan manajemen orientasi kemanusiaan
- ekologi dan gerakan pelestarian lingkungan
- penghematan energi
- partisipasi pembangunan bangsa
- gerakan konsumerisme

f. Perusahaan menjalankan etika bisnis dan etika ekobisnis

Etika bisnis merupakan penerapan tanggungjawab sosial atau bisnis yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri. Bisnis selalu berhubungan dengan masalah-masalah etis dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Hal ini dapat dipandang sebagai etika pergaulan bisnis. Seperti halnya manusia pribadi juga memiliki etika pergaulan antar manusia, maka pergaulan bisnis dengan masyarakat umum juga memiliki etika pergaulan yaitu *etika pergaulan bisnis*.

Seperti kita ketahui bahwa makin pesat perkembangan ekonomi dan industrialisasi di suatu masyarakat, makin besar pula peranan dunia usaha dalam pencemaran dan kerusakan lingkungan. Dari sini diharapkan ada kesadaran dari pelaku usaha untuk turut serta melestarikan lingkungan dengan cara mengurangi pencemaran dan kerusakan lingkungan. Memang disadari bahwa tidak semua pelaku usaha mau melakukan hal ini, karena investasi untuk melestarikan lingkungan dianggap sebagai investasi yang merugi, perusahaan yang mempunyai visi jangka panjang, dan mau hidup lama, akan mempertimbangkan citra berwawasan lingkungan ini sebagai asetnya., apalagi jika kita hendak turut dalam persaingan global. Dimana

negara-negara asing sudah memberlakukan standar tertentu terhadap produk yang mencemari lingkungan.

Seandainya, sebuah perusahaan ditolak kehadirannya oleh masyarakat, karena ia merusak lingkungan, maka biaya untuk memperbaiki citra akan jauh lebih mahal daripada biaya untuk melakukan investasi untuk pengolahan limbah. Salah satu aset penting dari perusahaan adalah nama baik. Penerimaan bahwa sebuah perusahaan telah berwawasan lingkungan adalah sebuah kekayaan yang sangat mahal.

Munculnya ISO 14.000 khusus manajemen yang berwawasan lingkungan sebagai standar global perusahaan kelas dunia telah menjadi fakta. Bahwa kepedulian lingkungan bukan hanya berhenti di gagasan, tapi telah menjadi standar global.

### 3.2. Hambatan Dalam Pengembangan Perusahaan

Dalam mengembangkan perusahaan khususnya yang berkaitan dengan etika bisnis dan etika ekobisnis, tentu saja banyak hambatan yang dihadapi. Hambatan utamanya adalah Indonesia merupakan negara berkembang yang masih sangat membutuhkan pembangunan di bidang ekonomi. Salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian adalah dengan mengembangkan industri. Dalam proses pendirian suatu industri, sudah banyak aturan yang dibuat oleh Pemerintah agar ditaati oleh investor, termasuk aturan untuk tidak merusak dan mencemari lingkungan, serta kewajiban membuat analisa mengenai dampak lingkungan (AMDAL). Tetapi pada kenyataannya banyak sekali pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan. Bahkan ada kesan pejabat publik tidak tegas dalam menindak pelaku

pelanggaran. Padahal disinilah dituntut agar pejabat publik mempunyai sikap dan perilaku moral untuk mengamankan kepentingan publik. Ia dituntut untuk berperilaku sedemikian rupa sebagai orang yang bersih dan disegani oleh publik karena mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap kepentingan masyarakat. Ia dituntut tidak menyalahgunakan kekuasaannya untuk kepentingan dirinya dan kelompoknya dengan merugikan kepentingan masyarakat. Singkatnya, ia dituntut untuk bertindak dengan tetap menjaga nama baik sebagai orang yang baik dan terhormat.

Prinsip ini berkaitan dengan lingkungan. Karena selama pejabat publik tidak mempunyai integritas moral, sehingga menyalahgunakan kekuasaannya untuk kepentingannya dan kelompoknya dengan mengorbankan kepentingan masyarakat, lingkungan hidup bisa ditebak akan dengan mudah dirugikan. Secara konkret, ini terutama berlaku baik dalam kaitan dengan kebijakan publik yang berdampak pada rusaknya lingkungan maupun dalam kaitan dengan pemberian izin yang mempunyai dampak merugikan bagi lingkungan. Ketika izin dengan mudah diberikan dengan tidak memperhatikan ketentuan yang berlaku di bidang lingkungan, lingkungan hidup dengan sendirinya akan hancur. Ketika pejabat publik bisa disogok untuk meloloskan izin yang bermasalah dari segi lingkungan, lingkungan akan hancur. Ketika pejabat publik dengan mudah menutup-nutupi masalah yang terkait dengan sepak terjang perusahaan tertentu karena ada kolusi, lingkungan hidup akan hancur. Ketika pejabat publik tidak mau bertanggungjawab atas kebijakan dan tindakannya yang merugikan lingkungan, lingkungan hidup akan tetap dirugikan. Dengan kata

lain, demi menjamin kepentingan di bidang lingkungan integritas moral pejabat publik merupakan salah satu syarat utama. 40)

Hambatan kedua adalah pelaku usaha menganggap tidak penting menjalankan etika bisnis, karena akan menghambat laju perkembangan perusahaan. Anggapan seperti ini adalah keliru. Khususnya hambatan perusahaan dalam menjalankan etika ekobisnis adalah keengganan pelaku usaha berinvestasi untuk melestarikan lingkungan, utamanya lingkungan di sekitar perusahaan. Mereka beranggapan bahwa tidak ada keuntungan yang diperoleh hanya dengan membuat unit pengolah limbah misalnya. Dan biaya operasional unit pengolah limbah dianggap terlalu membebani perusahaan.

Tidak adanya kesadaran dari pelaku usaha bahwa dengan terus menerus membuang limbah akan mencemari lingkungan dan tentu saja limbah tersebut sangat berbahaya bagi masyarakat dan dapat merusak lingkungan di sekitar perusahaan.

## **B. PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP DAN PENGEMBANGAN PERUSAHAAN**

### **1. Pengertian Hukum Lingkungan Hidup**

#### **1.1. Lingkungan**

Istilah lingkungan atau lingkungan hidup adalah terjemahan dari bahasa Inggris *environment*, sedang lingkungan hidup manusia (*human environment*) menunjukkan pengertian yang khusus, jika dibandingkan dengan lingkungan atau lingkungan hidup. Pengertian lingkungan hidup

---

40) Sonny Keraf, *Etika Lingkungan*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2002, hal. 15

manusia secara tegas telah menunjuk pada suatu jenis tertentu dalam pengertian umum tentang lingkungan atau lingkungan hidup. 41)

Dalam kenyataannya disamping adanya lingkungan hidup manusia (*human environment*) terdapat juga lingkungan hidup hewan (*fauna*) dan lingkungan hidup tumbuhan (*flora*). Demikianlah kehidupan manusia, hewan dan tumbuhan itu mewujudkan peri kehidupan atau biosphere.

Sedangkan peri kehidupan tersebut diwadahi oleh :

1. Alam fisik, bumi merupakan wadah fisik jasmani dalam peri kehidupan manusia, hewan dan tumbuhan oleh sebab itu bumi mewujudkan lingkungan hidup fisik. Lingkungan hidup fisik itu mencakup dan meliputi semua dan seluruh unsur, faktor fisik serta jasmani yang terdapat dalam alam.
2. Disamping itu terdapat juga lingkungan hidup sosial yang merupakan pantulan sifat sosial tiap makhluk hidup, khususnya manusia.

Lingkungan atau lingkungan hidup adalah semua benda dan daya serta kondisi, termasuk didalamnya manusia dan tingkah perbuatannya, yang terdapat dalam ruang dimana manusia berada dan mempengaruhi kelangsungan hidup serta kesejahteraan manusia dan jasad hidup lainnya.42)

Menurut NHT Siahaan, pengertian lingkungan hidup adalah semua benda, daya dan kondisi yang terdapat dalam suatu tempat atau ruang tempat manusia atau makhluk hidup berada dan dapat mempengaruhi hidupnya.43)

---

41)Munadjat Danusaputro, *Hukum Lingkungan I*, Binacipta, Bandung, hal.62

42) Ibid, hal.67

43)NHT. Siahaan, *Ekologi Pembangunan dan Hukum Tata Lingkungan*, Erlangga, Jakarta, 1969, hal.136



Emil Salim secara umum mengartikan lingkungan hidup sebagai segala benda, kondisi keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan mempengaruhi hal hidup termasuk kehidupan manusia.<sup>44)</sup>

Soejono mengatakan lingkungan hidup adalah lingkungan hidup fisik jasmani yang mencakup dan meliputi semua unsur dan faktor fisik jasmani dalam alam.<sup>45)</sup>

Menurut Otto Soemarwoto dalam buku karya Daud Silalahi bahwa lingkungan hidup manusia adalah jumlah semua benda dan kondisi yang ada dalam ruang yang kita tempati yang mempengaruhi kehidupan kita.<sup>46)</sup>

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, pasal 1 ayat 1 menurut rumusan tentang lingkungan hidup yaitu : "Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan mahluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta mahluk hidup lain".

Dari pengertian diatas, tingkah laku manusia pun merupakan bagian dari lingkungan. Dalam pengertian ini istilah lingkungan hidup diartikan luas yaitu meliputi tidak saja lingkungan fisik dan biologi, melainkan juga ekonomi, sosial dan budaya.

---

44)Emil Salim, *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, Cet. VII, Mutiara Sumber Widya, Jakarta, 1991, hal.34

45)Soejono, *Pengamanan Hukum Terhadap Pencemaran Lingkungan Akibat Industri*, Cet.X, Alumni, Bandung, 1979, hal.20

46)Daud Silalahi, *Hukum Lingkungan dalam Sistem Penegakkan Hukum Lingkungan Indonesia*, Cet.I, Alumni, Bandung, 1992, hal.8

Selanjutnya para ahli mengadakan pengelompokan lingkungan atas beberapa macam, secara garis besarnya lingkungan hidup manusia itu dapat digolongkan atas tiga golongan :

- a. Lingkungan fisik (*physical environment*); segala sesuatu disekitar kita yang berbentuk benda mati.
- b. Lingkungan biologis (*biological environment*); adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia yang berupa organisme hidup lainnya.
- c. Lingkungan sosial (*social environment*); manusia-manusia lain yang berada disekitarnya. 47)

Manusia dalam hidupnya baik secara pribadi maupun sebagai kelompok masyarakat selalu berinteraksi dengan lingkungan dimana ia hidup dalam artian manusia dengan berbagai aktivitasnya akan mempengaruhi lingkungannya, dan perubahan lingkungan akan mempengaruhi kehidupan manusia. Hubungan timbal balik antara manusia dengan lingkungannya membentuk suatu sistem yang lazim disebut ekosistem.

Karena itulah tumbuh pengertian dan kesadaran untuk melindungi dan memelihara lingkungan hidup itu, maka tumbuh pula perhatian hukum pada lingkungan, sehingga menyebabkan tumbuh dan berkembangnya cabang hukum baru yaitu hukum lingkungan. 48)

---

47) Fuad Amsyari, *Prinsip-prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*, Ghalia Indonseia, Jakarta, 1977, hal. 11

48) Munadjat Danusaputro, *Hukum Lingkungan Buku IV* - Global, Bina Cipta, Bandung, 1980, hal.

Yang dimaksud Lingkungan Hidup Indonesia adalah lingkungan hidup yang ada dalam batas wilayah negara Republik Indonesia. Memang dalam pengertian ekologi lingkungan hidup tidak mengenal batas wilayah, baik wilayah negara maupun wilayah administratif, akan tetapi lingkungan hidup dalam kaitannya dengan pengelolaan harus jelas batas wilayah wewenang pengelolaannya. Yang dimaksud adalah lingkungan hidup Indonesia secara hukum. Lingkungan hidup Indonesia meliputi ruang tempat negara Republik Indonesia melaksanakan kedaulatan dan hak berdaulat serta yurisdiksinya. Karena itu jelas bahwa konsep tentang lingkungan hidup Indonesia bukanlah konsep ekologi semata tetapi juga merupakan konsep hukum dan politis.

Dikatakan pula bahwa lingkungan hidup menurut konsep kewilayahan merupakan suatu pengertian hukum, seperti dirumuskan dalam pasal 2 Undang-Undang No.23 tahun 1997 bahwa ruang lingkup lingkungan hidup Indonesia meliputi ruang tempat negara kesatuan Republik Indonesia yang berwawasan Nusantara dalam melaksanakan kedaulatan, yang berdaulat dan yurisdiksinya.

## 1.2. Hukum Lingkungan Hidup

Dalam penjelasan umum Undang-Undang No.23 tahun 1997 tentang lingkungan hidup dinyatakan bahwa Lingkungan Hidup Indonesia yang dianugerahkan Tuhan Yang Maha Esa kepada rakyat dan bangsa Indonesia merupakan karunia dan rahmat-Nya yang wajib dilestarikan dan dikembangkan kemampuannya agar dapat tetap menjadi sumber dan

penunjang hidup bagi rakyat dan bangsa Indonesia serta makhluk hidup lainnya demi kelangsungan dan peningkatan kualitas hidup kita sendiri.

Oleh karena itu pengaturan lingkungan secara umum harus dapat menjamin kepastian dan ketertiban dalam pengelolaan lingkungan untuk mewujudkan keadilan agar perlindungan dan pengelolaan lingkungan serta peningkatan ketahanannya dapat terselenggara secara tertib dan pasti dan jika perlu dipaksakan, maka penyelenggaraannya didasarkan atas hukum. Hukum yang mendasari penyelenggaraan perlindungan dan tata pengelolaan serta peningkatan ketaatan tersebut adalah Hukum Lingkungan.

Istilah hukum lingkungan adalah merupakan konsepsi yang relatif masih baru dalam ilmu hukum, ia tumbuh sejalan bersamaan dengan tumbuhnya kesadaran akan lingkungan. Dengan tumbuhnya pengertian dan kesadaran untuk melindungi dan memelihara lingkungan hidup itu, maka tumbuh pula perhatian hukum kepada lingkungan, hingga tumbuh cabang hukum baru yang disebut Hukum Lingkungan.

Kita tidak dapat memisahkan persoalan hukum dan persoalan lingkungan, untuk itu perlu dikemukakan arti dari hukum itu sendiri.

Peraturan hukum itu sifatnya normatif dan selalu mencoba unsur keadilan (*justice*). Hal ini sangat relevan, karena Indonesia adalah negara hukum (*rechtstaat*) menekankan bilamana perasaan keadilan (*sense of justice*) merupakan basis dari seluruh sistem norma yang mendasari negara. Sistem hukum adalah dasar legal dari negara, seluruh struktur dan fungsi negara ditetapkan oleh hukum. 49)

---

49) Miriam Budiardjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia, Jakarta, 1992, hal.27

St.Munadjat Danusaputro menyatakan bahwa hukum adalah pranata sosial yang berupa suatu perangkat kaidah guna mengatur tingkah laku manusia demi untuk melindungi kepentingan antar manusia secara tertib dan damai. 50)

Berbagai pandangan tersebut diatas dapat memberikan benang merah tentang hubungan antara hukum dan lingkungan serta memberikan bukti bahwa lingkungan hidup tak dapat dipisahkan dari aspek hukum.

Hukum lingkungan merupakan instrumen yuridis bagi pengelolaan lingkungan. Mengingat pengelolaan lingkungan dilakukan terutama oleh pemerintah, maka hukum lingkungan sebagian besar terdiri atas Hukum Lingkungan Pemerintahan (*Bestuurrechtelijk Milieurect*) yang dibentuk oleh pemerintah pusat, ada pula hukum lingkungan pemerintahan yang berasal dari pemerintah daerah dan sebagian lagi dibentuk oleh badan-badan internasional atau melalui perjanjian dengan negara-negara lain. Demikian pula terdapat hukum Lingkungan Keperdataan (*Privaatrechtelijk Milieurect*), Hukum Lingkungan Ketatanegaraan (*Staatrechtelijk Milieurect*), Hukum Lingkungan Kepidanaan (*Strafrechtelijk Milieurecht*). Sepanjang bidang-bidang hukum ini memuat ketentuan-ketentuan yang bertalian dengan pengelolaan lingkungan hidup.51)

Hermien Hediati Koesmadji berpendapat bahwa Hukum Lingkungan merupakan hukum yang mengatur tentang lingkungan hidup berupa kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan mahluk hidup termasuk

---

50) Koesnadi Hardjosoemantri, Op.cit.hal.16

51) Hermien Hediati Koeswadji, *Hukum Pidana Lingkungan*, Cet.I, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1993, hal.24

didalamnya manusia dan perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya. 52)

Menurut Harun M.Husen, yang dimaksud Hukum Lingkungan adalah Hukum Lingkungan adalah hukum yang mengatur antara manusia dengan manusia, manusia dengan masyarakat dan manusia dengan lingkungan alam sekitarnya. 53)

Munadjat Danusaputro memberi definisi yang paling sederhana, yaitu : Hukum Lingkungan adalah hukum yang mengatur tatanan lingkungan (hidup) 54). Dalam wujudnya yang demikian hukum lingkungan adalah hukum yang berorientasi kepada lingkungan (*environment oriented law*) dimana lingkungan (hidup) menjadi subyek hukum.

Kemudian dibedakan pula antara hukum lingkungan modern yang berorientasi kepada lingkungan atau *environment oriented law* dan hukum lingkungan klasik yang berorientasi pada penggunaan lingkungan atau *Use Oriented Law*.

Hukum Lingkungan Modern menetapkan ketentuan dan norma-norma guna mengatur tindak perbuatan manusia dengan tujuan untuk melindungi lingkungan dari kerusakan dan kemerosotan mutunya demi untuk menjamin kelestarian agar dapat secara langsung terus menerus digunakan oleh generasi sekarang maupun generasi mendatang. Sebaliknya Hukum Lingkungan Klasik menetapkan ketentuan dan norma-norma dengan tujuan.

---

52) St.Munadjat Danusaputro, Op.cit.hal.15

53) Harun M.Husein, *Lingkungan Hidup, Masalah Pengelolaan dan Penegakkan Hukumnya*, Bumi Aksara, Jakarta,,1995,hal.38

54)St.Munadjat Danusaputro, Buku II, Nasional, hal.31

terutama untuk menjamin penggunaan dan eksploitasi sumber-sumber daya lingkungan dengan berbagai akal dan kepandaian manusia guna mencapai hasil semaksimal mungkin dan dalam jangka waktu sesingkat-singkatnya

Dengan orientasi kepada lingkungan ini maka hukum lingkungan modern memiliki sifat utuh menyeluruh atau komprehensif integral, selalu berada dalam dinamika dengan sifat dan wataknya yang luwes, sedang sebaliknya hukum lingkungan klasik bersifat sektoral, serba kaku dan sukar berubah. 55)

Menurut Koesnadi Hardjosoemantri, hukum lingkungan di Indonesia dapat meliputi beberapa aspek :

1. Hukum Tata Lingkungan
2. Hukum Perlindungan Lingkungan
3. Hukum Kesehatan Lingkungan
4. Hukum Pencemaran Lingkungan (misalnya pencemaran oleh industri)
5. Hukum Lingkungan Transnasional/internasional
6. Hukum Perselisihan Lingkungan

Aspek-aspek tersebut diatas dapat pula ditambah dengan aspek-aspek lainnya, sesuai dengan kebutuhan perkembangan pengelolaan lingkungan hidup di masa yang akan datang. 56)

## 2. Tujuan Hukum Lingkungan Hidup

### 2.1. Peranan Hukum Dalam Masalah Lingkungan Hidup

Di dalam lingkungan terdapat berbagai unsur yang saling berhubungan

---

55) Munadjat Danusaputro, Op.cit., hal.36

56) Koesnadi Hardjosoemantri, Op.cit, hal.17

secara timbal balik. Di antara unsur lingkungan, manusia merupakan unsur dominan. Dengan pemikirannya manusia dapat memanipulasi lingkungan. Sejarah peradaban manusia memberikan pelajaran bahwa degradasi mutu lingkungan terjadi karena perilaku manusia terhadap lingkungan hidupnya. Maka perilaku manusia inilah yang harus dikendalikan agar lingkungan hidup tidak mengalami proses degradasi.<sup>57)</sup> Dalam rangka pengendalian perilaku inilah dipergunakan hukum lingkungan sebagai sarana.

Hukum lingkungan adalah sekumpulan ketentuan-ketentuan dan prinsip-prinsip hukum yang diberlakukan untuk tujuan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Dengan demikian prinsip-prinsip hukum ini mengandung prinsip-prinsip lingkungan (prinsip-prinsip ekologis) atau mengutamakan perlindungan ekosistem. <sup>58)</sup>

Menurut Moestadji, hukum lingkungan untuk sebagian besar terdiri dari peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh badan legislatif dan badan pembuat peraturan lainnya yang lebih rendah. Di samping peraturan hukum positif tersebut terdapat pula peraturan hukum adat yang secara lengkap memuat ketentuan mengenai sanksi terhadap pelanggar ketentuan hukum adat tersebut. <sup>59)</sup>

Dilihat dari dimensi perkembangan peradaban untuk manusia, gagasan hukum lingkungan sebenarnya bersifat korektif terhadap berbagai kesalahan yang telah dilakukan umat manusia semasa perkembangan industrialisasi dan

---

57) Moestadji, "Peranan Hukum Dalam Mewujudkan Konsep Pembangunan Berkelanjutan" dalam Jurnal Hukum Lingkungan, Tahun I, 1994, hal.25

58) Daud Silalahi, *Hukum Lingkungan Dalam Sistem Penegakan Hukum Lingkungan Indonesia*, Alumni, Bandung, 1992, hal.9

59) Moestadji, loc.cit.hal.30



kapitalisme. Hukum lingkungan boleh disebut sebagai hasil mutakhir peradaban hukum bangsa-bangsa yang disebut modern. Kemunculannya tampak berciri revolusioner, yaitu dalam kualitasnya menentang praktek industrialisasi yang diunggulkan dan dikagumi sejak munculnya revolusi teknologi. 60) Sejak munculnya hukum lingkungan maka praktek industrialisasi yang semula hampir tanpa tanding, lalu menghadapi pembatasan-pembatasan. Di dalam buku yang diterbitkan oleh UNEP, WWF dan IUCN yang berjudul *Caring for the Earth : A Strategy for Sustainable Living*, dijelaskan tentang peranan hukum lingkungan sebagai berikut : 61)

1. Memberi efek kepada kebijakan-kebijakan yang dirumuskan dalam mendukung konsep pembangunan berkelanjutan;
2. Sebagai sarana pentaatan melalui penerapan aneka sangsi;
3. Memberi panduan kepada masyarakat tentang tindakan-tindakan yang dapat ditempuh untuk melindungi hak dan kewajibannya;
4. Memberi definisi tentang hak dan kewajiban dan perilaku-perilaku yang merugikan masyarakat;
5. Memberi dan memperkuat mandat serta otoritas kepada aparat pemerintah terkait untuk melaksanakan tugas dan fungsinya.

Selanjutnya buku tersebut di atas juga memberikan usulan tentang bagaimana seharusnya sistem hukum lingkungan yang komprehensif serta

---

60) Satjipto Rahardjo, *Tinjauan Sosiologis Hukum Lingkungan di Indonesia* Dalam Jurnal Hukum Lingkungan, Tahun I, 1994, hal. 45

61) Mas Achmad Santosa, *Aktualisasi Prinsip-prinsip Pembangunan Berkelanjutan Yang Berwawasan Lingkungan Dalam Sistem dan Praktek Hukum Nasional*, dalam Jurnal Hukum Lingkungan, Tahun II, 1996, hal. 1

mekanisme penegakannya. Secara ringkas, sistem hukum lingkungan nasional serta mekanisme penegakan hukum paling tidak harus memberikan wadah sebagai berikut :

1. Penerapan prinsip pencegahan dini;
2. Pendayagunaan instrumen ekonomi melalui penerapan pajak dan pungutan-pungutan lainnya;
3. Pemberlakuan AMDAL untuk proyek-proyek pembangunan dan rencana kebijakan;
4. Pemberlakuan audit lingkungan bagi kegiatan industri swasta dan pemerintah yang telah berlangsung;
5. Sistem pemantauan dan inspeksi yang efektif;
6. Memberikan jaminan kepada masyarakat mendapatkan informasi AMDAL, audit lingkungan, hasil pemantauan dan informasi tentang produksi, penggunaan dan pengolahan limbah B3.
7. Sangsi yang memadai bagi pelanggar dalam pengertian harus mampu memberikan efek penjera bagi non-compliance;
8. Sistem pertanggungjawaban yang memberi dasar bagi pembayaran kompensasi karena kerugian ekonomis, ekologis maupun kerugian imaterial (*intangible losses*);
9. Pemberlakuan sistem pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) untuk kegiatan-kegiatan yang melibatkan bahan-bahan berbahaya dan beracun;
10. Penyelenggaraan asuransi dan penataan mekanisme pendanaan lainnya untuk mempercepat dan memungkinkan pelaksanaan kompensasi;
11. Memberikan jaminan hak standing bagi kelompok-kelompok lingkungan dalam proses beracara di forum-forum administratif maupun pengadilan,

sehingga kelompok tersebut dapat berfungsi sebagai komponen penting dalam penegakan hukum lingkungan;

12. Memberikan jaminan bahwa tindakan-tindakan dari instansi pemerintah yang berwenang di bidang penegakan hukum lingkungan dapat dipertanggungjawabkan (*accountable*).

Dengan demikian, jelaslah bahwa peran hukum dalam era pembangunan, adalah sebagai sarana penunjang yang berfungsi sebagai sarana pengawal dan pengaman pelaksanaan pembangunan. Bertolak dari konsepsi bahwa hukum sebagai sarana penunjang pembangunan, maka dalam penegakan hukum dapat dihindari hal-hal yang dapat menghambat pelaksanaan pembangunan. Dalam konsep demikian, penegakan hukum tidak dapat dihadapkan dengan pelaksanaan pembangunan, tetapi penegakan hukum berjalan seiring dengan pelaksanaan pembangunan.

## 2.2. Perlindungan Terhadap Lingkungan Hidup

Pembangunan senantiasa memanfaatkan sumber daya alam secara terus menerus guna meningkatkan kesejahteraan dan mutu hidup rakyat. Disisi lain, ketersediaan sumber daya alam terbatas dan tidak merata baik dalam jumlah maupun kualitas. Sedangkan permintaan akan sumber daya alam makin meningkat akibat meningkatnya kegiatan pembangunan untuk memenuhi kebutuhan penduduk yang makin meningkat dan beragam, di lain pihak daya dukung lingkungan hidup dapat terganggu dan daya tampung lingkungan dapat menurun.

Kegiatan-kegiatan produktif mengandung resiko pencemaran dan merusak sehingga struktur dan fungsi dasar ekosistem yang jadi penunjang

kehidupan dapat rusak. Pencemaran dan perusakan lingkungan hidup itu merupakan beban sosial yang pada akhirnya masyarakat dan pemerintah harus menanggung biaya pemulihannya.

Terpeliharanya keberlanjutan fungsi lingkungan hidup merupakan kepentingan bersama yang perlu diatur dalam suatu perangkat hukum sehingga dapat menjamin pelaksanaan upaya pengendalian dampak lingkungan hidup dalam rangka pengelolaan dan pelestariannya.

Dilihat dari perkembangan peradaban umat manusia, gagasan hukum lingkungan sebenarnya bersifat korektif terhadap berbagai kesalahan yang telah dilakukan umat manusia semasa perkembangan industrialisasi dan kapitalisme. Hukum lingkungan boleh disebut sebagai hasil mutakhir peradaban hukum bangsa-bangsa yang disebut modern. Kemunculannya nampak berciri revolusioner yaitu dalam kualitasnya menentang praktek industrialisasi yang diunggulkan dan dikagumi sejak munculnya revolusi teknologi. Sejak munculnya hukum lingkungan maka praktek industrialisasi yang semula hampir tanpa tanding, lalu menghadapi pembatasan-pembatasan.<sup>62)</sup>

Harun M.Husein berpendapat, bahwa hukum lingkungan dalam pelaksanaan pembangunan berwawasan lingkungan, berfungsi mencegah atau menangkal terjadinya pencemaran dan atau perusakan lingkungan (sebagai sarana preventif) agar lingkungan hidup dan sumber daya alam berkesinambungan dan daya dukungnya tidak terganggu. Disamping itu

---

62) Arief Hidayat dan FX Aji Samekto, *Hukum Lingkungan dalam Perspektif Global dan Nasional*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 1998, hal.20

hukum lingkungan mempunyai dimensi yang bersifat represif, sebagai sarana penindakan hukum bagi perbuatan-perbuatan yang merusak atau mencemari lingkungan hidup dan sumber daya alam. Hukum lingkungan harus mampu berperan sebagai sarana pengaman bagi terlanjutkannya pembangunan berwawasan lingkungan. 63)

Dalam fungsinya sebagai sarana pembangunan, maka hukum itu menurut Michael Hager dapat mengabdikan pada 3 sektor, yaitu :

1. Hukum sebagai alat penertib (*ordering*)

Dalam rangka penertiban ini hukum dapat menciptakan suatu kerangka bagi pengambilan keputusan politik dan pemecahan sengketa yang mungkin timbul melalui suatu hukum acara dan dapat meletakkan dasar hukum (*legitimacy*) bagi penggunaan kekuasaan.

2. Hukum sebagai alat penjaga keseimbangan

Fungsi hukum dapat menjaga keseimbangan dan keharmonisan antara kepentingan negara/kepentingan umum dengan kepentingan perorangan.

3. Hukum sebagai katalisator

Sebagai katalisator, hukum dapat membantu untuk memudahkan terjadinya proses perubahan melalui pembaharuan hukum (*law reform*) dengan bantuan tenaga kreatif di bidang profesi hukum. 64)

Dalam mengatur masalah lingkungan, terutama di negara berkembang, peranan pemerintah sangat besar dan menentukan sekali, sehingga *social*

---

63) Harun M.Husein, *Lingkungan Hidup, Masalah Pengelolaan dan Penegakkan Hukumnya*, Bumi Aksara Jakarta, 1995, hal.36

64) Ibid, hal.168

*control* dapat dilakukan oleh pemerintah melalui kekuasaannya dengan menggunakan hukum sebagai alat untuk mengadakan peraturan dalam bidang ini. Disini perangkat hukum akan berperan sebagai alat pemagar siapapun dalam mengambil, memanfaatkan dan memperlakukan sumber daya alam agar tidak mengakibatkan kerusakan lingkungan. Hukum akan menetapkan dan menentukan hak dan kewajiban subyek hukum terhadap obyek hukum dan perbuatan apa yang dilarang, pelanggaran yang terjadi mengakibatkan sangsi, hal ini sesuai dengan konsep hukum.

Begitu pula di Indonesia, UU No.23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup dibentuk pemerintah untuk mendukung pelaksanaan program pembangunan berkelanjutan berdasarkan kebijaksanaan nasional yang terpadu dan menyeluruh. Sehingga perlu melaksanakan pengelolaan lingkungan hidup untuk melestarikan dan mengembangkan lingkungan hidup, untuk itu harus didasarkan pada norma hukum yang juga harus memperhatikan tingkat kesadaran masyarakat dan perkembangan lingkungan global serta perangkat hukum internasional yang berkaitan dengan lingkungan hidup.

Dalam Pasal 3 UU No.23 Tahun 1997 dinyatakan bahwa "Pengelolaan Lingkungan Hidup yang diselenggarakan dengan asas tanggungjawab negara, asas berkelanjutan dan asas manfaat bertujuan untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa." Dapat dilihat peranan pemerintah masih sangat besar

dalam rangka pelestarian sumber daya alam sebagai tumpuan terlanjutkannya pembangunan.

Upaya menyelamatkan lingkungan hidup sangat membutuhkan landasan hukum yang kokoh sekaligus mekanisme penegakan hukum (*law enforcement*) yang efektif. Namun mustahil bagi suatu negara untuk menciptakan landasan hukum tanpa melandaskan diri pada aspirasi dan kepentingan masyarakat.

Landasan hukum makin urgen mengingat problema ekologis makin krusial di masa mendatang. Terutama dalam era globalisasi, dimana terjadi kecenderungan relokasi industri yang sering dijadikan sebagai *pollution heaven* alias taktik mengekspor industri polutan oleh produsen negara maju ke negara lain yang kebijakan lingkungannya tidak ketat. Para produsen di negara maju memang sering mengalihkan lokasi industri mereka yang rawan pencemaran karena di negaranya standarisasi lingkungan telah demikian ketat sehingga dicari lokasi baru di negara sedang berkembang dengan standar lingkungan yang masih relatif rendah.

Untuk menjamin berfungsinya hukum dalam rangka pembangunan berkelanjutan perlu dikembangkan pula sistem yang menjamin penataan terhadap hukum. Implikasi dari berperannya hukum dalam pembangunan berkelanjutan perlu adanya evaluasi kembali terhadap ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku dan reorientasi teori-teori hukum terutama berkaitan dengan pengelolaan lingkungan hidup. 65)

---

65) Arief Hidayat dan FX Aji Samekto, Op.cit, hal.19

Di Indonesia proses perumusan hukum lingkungan hidup mendapat masukan dari dua arah, yaitu eksternal dan internal. Dari segi eksternal, pemerintah sering memasukkan referensi yang berasal dari perkembangan global. Dalam GBHN 1993 inti hasil-hasil KTT Bumi 1992 telah dimasukkan. Berarti bangsa Indonesia menyatakan komitmennya terhadap pelaksanaan hasil-hasil KTT tersebut. Agenda 21 sebagai hasil KTT Bumi 1992 juga telah disusun dalam skala nasional. 66)

Penjabaran tentang ketentuan berkelanjutan dan pelestarian fungsi lingkungan dicantumkan dalam Repelita VI. Pada tanggal 1 Agustus 1994 telah diundangkan UU No.5/1994 tentang Ratifikasi Konvensi tentang Perubahan Iklim. Ini menunjukkan perhatian pemerintah terhadap perkembangan hukum lingkungan global. Walaupun demikian, landasan perlindungan melalui hukum lingkungan di Indonesia dipandang ketinggalan dibandingkan negara lain.

Jika melihat kondisi spesifik Indonesia, kita harus menyadari bahwa masih banyak kendala yang berpotensi menghambat lancarnya pendekatan partisipasi masyarakat. Rendahnya kualitas sumber daya manusia, relatif sempitnya wawasan dan pendidikan masyarakat serta keterbatasan informasi yang dapat diakses, membuat masyarakat sering tidak menyadari dampak ekologis proyek-proyek pembangunan yang dilakukan di tempat-tempat yang dekat dengan pemukiman dimana mereka tinggal. Minimnya akses terhadap informasi yang berkaitan dengan ketidaktahuan mengenai hak-haknya,

---

66) Indra Ismawan, *Resiko Ekologis dibalik Pertumbuhan Ekonomi*, Media Pressindo, Yogyakarta, 1999, hal.81



selaku kelompok-kelompok masyarakat yang harus membayar “biaya alternatif” dari proyek-proyek pembangunan, akibat berikutnya motivasi untuk memperjuangkan hak akan melemah.

Oleh karena itu untuk menjamin agar generasi mendatang tetap mempunyai sumber dan penunjang bagi kesejahteraan dan mutu hidupnya, hukum harus dapat menjamin tetap terpeliharanya kelestarian kemampuan lingkungan hidup. Dalam hal ini harus diletakkan dasar bagi berkembangnya penataan yang efektif dan mempunyai kredibilitas, untuk itu diperlukan :

- a. Rumusan yang jelas tentang tugas dan tanggungjawab serta mekanisme administratif
- b. Adanya kemauan politik
- c. Penetapan baku mutu lingkungan yang jelas secara hukum
- d. Pengembangan ketaatan terhadap hukum
- e. Penetapan dan penerapan sangsi tegas
- f. Tersedianya fasilitas yang memadai untuk penataan dan penegakan hukum. 67)

### 2.3. Penegakan Hukum Lingkungan

Pada hakekatnya hukum mengandung ide atau konsep dan dengan demikian boleh digolongkan kepada sesuatu yang abstrak. Ke dalam kelompok yang abstrak ini termasuk ide tentang keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan sosial. Dengan demikian apabila kita berbicara mengenai penegakan hukum, maka pada hakekatnya kita berbicara mengenai

---

67) Arief Hidayat dan FX Aji Samekto, op.cit, hal.19

penegakan ide-ide atau konsep yang notabene adalah abstrak itu. Dirumuskan secara lain, maka penegakan hukum merupakan suatu usaha untuk mewujudkan ide-ide tersebut menjadi kenyataan. 68)

Dari segi praktis, penegakan hukum merupakan upaya untuk mencapai ketaatan peraturan dan persyaratan dalam ketentuan yang secara umum dan individual berlaku melalui pengawasan dan penerapan sanksi.

Penegakan hukum preventif, berarti pengawasan aktif yang dilakukan terhadap kepatuhan atas peraturan tanpa kejadian langsung yang menyangkut kejadian konkret, yang menimbulkan dugaan bahwa peraturan hukum tersebut telah dilanggar. Upaya ini dilakukan dengan penyuluhan, pemantauan dan penggunaan kewenangan yang bersifat pengawasan. Penegakan hukum represif, dilaksanakan dalam hal perbuatan melanggar peraturan dan bertujuan untuk mengakhiri secara langsung perbuatan terlarang tersebut.

Esensi dari penegakan hukum lingkungan adalah sebagai upaya preventif maupun represif dalam menanggulangi pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup, baik dilakukan dengan sengaja ataupun dengan tidak sengaja. Hal tersebut perlu, karena dalam proses pembangunan, dampak berupa pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup sulit dihindari. 69)

Penegakan hukum lingkungan sesungguhnya bukan satu-satunya cara atau alat penataan (*compliance tool*). Penataan dapat ditempuh melalui cara-cara lain seperti instrumen ekonomi, *public pressure* yang efektif, *company's*

---

68) Satjipto Rahardjo, op.cit.hal.15

69) M.Arief Nurdu'a, dan Nuryam B.Sudharsono, *Hukum Lingkungan : Perundang-undangan Serta Berbagai Masalah Dalam Penegakannya*, Citra Aditya Bakti,Bandung,1993

*rating* (mengumumkan perusahaan yang berprestasi dalam pengelolaan lingkungan dan yang melakukan pelanggaran), pendekatan melalui mekanisme negosiasi dan mediasi, AMDAL dan perizinan. Piranti penataan seperti ini juga merupakan strategi penataan yang dikembangkan pemerintah Indonesia. 70)

Akan tetapi penegakan hukum lingkungan juga seringkali diartikan secara tidak tepat. Penegakan hukum lingkungan sering diartikan sebagai upaya penataan melalui pengadilan (*litigation*). Perlu ditekankan di sini bahwa upaya paksa melalui penerapan sanksi tidak harus melalui Pengadilan.

Pendayagunaan sanksi administratif yang meliputi sanksi yang ringan, seperti teguran tertulis, peringatan, perintah administratif (*administrative orders*) sampai kepada penghentian sementara (*suspension*) atau penghentian seterusnya (*closure*) sebagian atau seluruh kegiatan, bahkan memiliki sifat dini dan pendayagunaannya akan lebih potensiil mencapai tingkat ketaatan.71)

Terdapat beberapa alasan yang mendasari negara-negara industri maju, maupun negara berkembang seperti halnya Indonesia menganggap penegakan hukum lingkungan sebagai hal yang penting yaitu : 72)

a. Efektifitas Program

Program yang menjadi tumpuan dari diundangkannya peraturan perundang-undangan di bidang pengelolaan lingkungan yaitu meliputi

---

70) Mas Achmad Santosa, op.cit.hal.68

71)Ibid, hal.72

72)Ibid, hal.60

setiap orang atas lingkungan yang baik dan sehat, serta perlindungan pelestarian daya dukung lingkungan, akan berjalan efektif apabila dilaksanakan secara taat asas melalui penegakan hukum.

b. Alasan Keadilan

Sikap yang konsisten dan tegas terhadap pihak yang tingkat ketaatannya rendah, sangat penting untuk mencegah pihak-pihak tersebut mengambil keuntungan dari pelanggaran yang dilakukan. Disisi lain, pihak-pihak yang tingkat ketaatannya tinggi mengalami kerugian karena perlakuan diskriminatif. Sikap yang tidak konsisten dan tegas terhadap pihak pelanggar mengakibatkan timbulnya ketidak-adilan.

c. Alasan Kredibilitas

Kredibilitas institusi pemerintah akan terjaga apabila hukum yang diundangkan dilaksanakan secara konsisten dan sungguh-sungguh.

d. Alasan Efisiensi Ekonomi

Penegakan hukum lingkungan yang konsisten merupakan langkah yang secara ekonomis sangat efisien. Timbulnya pelanggaran peraturan perundang-undangan lingkungan yang mengakibatkan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup secara potensial menjadi beban ekonomi masyarakat, negara dan juga industri pelanggar yang bersangkutan.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 dapat dikatakan bahwa sistem penegakan hukum lingkungan di Indonesia terdiri dari tahap penataan (*compliance*) dan tahap penindakan (*enforcement*) dan meliputi aspek hukum administrasi, hukum perdata dan aspek hukum

pidana, termasuk pula aspek hukum internasional. 73) Maka penyelesaian kasus-kasus lingkungan cenderung memberikan peluang untuk mempersoalkan aspek-aspek keempat cabang hukum tersebut.

Penegakan hukum lingkungan pada tahap pemantauan ketaatan (*compliance*) memberikan peranan yang sangat besar pada pemerintah daerah yang memiliki aparat dari berbagai sektor. Agar peran aparat di daerah berjalan efektif tentu saja dibutuhkan kemampuan staf di daerah melalui pelatihan, pengembangan jaringan data yang memadai, serta pembentukan dana lingkungan.

### **C. ETIKA EKOBISNIS DALAM PENGEMBANGAN PERUSAHAAN**

#### **1. Pengertian Etika**

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Pengertian etika sama dengan pengertian moralitas. Moralitas berasal dari kata Latin *mos*, dalam bentuk jamaknya (*mores*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi dalam pengertian pertama ini, yaitu pengertian

---

73) Daud Silalahi, op.cit.hal.8

harafiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik.

Dalam pengertian kedua, etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dari moralitas dan etika dalam pengertian pertama. Etika dalam pengertian kedua ini dimengerti sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika dalam pengertian pertama diatas. Dengan demikian, etika dalam pengertian pertama, berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Ini berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkret. Maka, etika dalam pengertian ini lebih normatif dan karena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia.

Sebaliknya, etika dalam pengertian kedua sebagai filsafat moral tidak langsung memberi perintah konkret sebagai pegangan siap pakai. Sebagai cabang filsafat, etika sangat menekankan pendekatan kritis dalam melihat dan menggumuli nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan moral yang timbul dalam kehidupan manusia, khususnya dalam bermasyarakat. Dengan demikian, etika dalam pengertian kedua dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai (a) nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia; dan mengenai (b) masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma-norma yang umum diterima. 74)

---

74) A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan Dan Relevansinya*, Kanisius, Yogyakarta, 1998, hal.15

Sedangkan Magnis Suseno, mengatakan bahwa etika adalah sebuah ilmu, bukan sebuah ajaran. 75). Jadi etika dan ajaran-ajaran moral tidak berada di tingkat yang sama. Yang mengatakan bagaimana kita harus hidup, bukan etika melainkan ajaran moral.

Apa gunanya etika? Sekurang-kurangnya ada empat alasan mengapa etika pada zaman ini semakin diperlukan. 76)

*Pertama*, kita hidup dalam masyarakat yang semakin pluralistik, juga dalam bidang moralitas. Setiap hari kita bertemu orang-orang dari suku, daerah dan agama yang berbeda-beda. Kesatuan tatanan normatif sudah tidak ada lagi. Kita berhadapan dengan sekian banyak pandangan moral yang sering saling bertentangan. Untuk mencapai suatu pendirian dalam pergolakan pandangan-pandangan moral ini refleksi kritis etika diperlukan.

*Kedua*, kita hidup dalam masa transformasi masyarakat yang tanpa tanding. Perubahan ini terjadi dibawah hantaman kekuatan yang mengenai semua segi kehidupan kita, yaitu gelombang modernisasi.

*Ketiga*, proses perubahan sosial budaya dan moral yang kita alami ini dipergunakan oleh pelbagai pihak untuk memancing dalam air keruh. Mereka menawarkan ideologi-ideologi mereka sebagai obat penyelamat. Etika dapat membuat kita sanggup untuk menghadapi ideologi-ideologi itu dengan kritis dan obyektif dan untuk membentuk penilaian sendiri, agar kita tidak terlalu mudah terpancing. Etika juga membantu agar kita jangan naif atau ekstrem. Kita jangan cepat-cepat memeluk segala pandangan yang

---

75) Franz Magnis-Suseno, *Etika Dasar; Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, Kanisius, Yogyakarta, 1987, hal.14

76) Ibid, hal. 18

baru, tetapi juga jangan menolak nilai-nilai hanya karena baru dan belum biasa.

*Keempat*, etika juga diperlukan oleh kaum agama yang disatu pihak menemukan dasar kemantapan mereka dalam iman kepercayaan mereka, di lain pihak sekaligus mau berpartisipasi tanpa takut-takut dan dengan tidak menutup diri dalam semua dimensi kehidupan masyarakat yang sedang berubah itu.

Dalam hidup, kita menemukan begitu banyak norma yang memberi pedoman tentang bagaimana kita harus hidup dan bertindak secara baik dan tepat, sekaligus menjadi dasar bagi penilaian mengenai baik buruknya perilaku dan tindakan kita. Namun secara umum kita dapat membedakan dua macam norma, yaitu norma khusus dan norma umum.<sup>77)</sup>

Norma-norma khusus adalah aturan yang berlaku dalam bidang kegiatan atau kehidupan khusus, misalnya aturan olahraga, aturan pendidikan, lebih khusus lagi aturan disebuah sekolah, dan sebagainya. Norma-norma ini khusus hanya berlaku untuk bidang itu saja, sejauh orang masuk ke dalam bidang itu dan tidak berlaku lagi ketika orang keluar dari bidang itu. Norma-norma umum sebaliknya lebih bersifat umum dan sampai tingkat tertentu boleh dikatakan bersifat universal. Norma-norma umum ini ada tiga, yaitu norma sopansantun, norma hukum, dan norma moral.

*Pertama*, norma sopansantun, atau yang juga disebut norma etiket, adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia, misalnya

---

77) Franz Magnis Suseno, op.cit. hal.19



menyangkut sikap dan perilaku seperti bertamu, makan dan minum, duduk, berpakaian, dan sebagainya. Norma ini lebih menyangkut tata cara lahiriah dalam pergaulan sehari-hari. Norma ini tidak menentukan baik buruknya seseorang sebagai manusia. Karena, ia hanya menyangkut sikap dan perilaku lahiriah. Kendati perilaku dan sikap lahiriah bisa menentukan pribadi seseorang, tidak dengan sendirinya sikap ini menentukan sikap moral seseorang.

Dengan ini menjadi jelas bahwa etika tidak sama dengan etiket. Etiket hanya menyangkut perilaku lahiriah yang menyangkut sopansantun atau tatakrama. Dalam bisnis juga ada etiket, tapi tidak sama dengan etika dan karena itu jangan dicampuradukkan. Sayangnya, dalam penggunaan sehari-hari di Indonesia, lebih banyak etika disalahartikan sebagai etiket.

*Kedua, norma hukum* adalah norma yang dituntut keberlakuannya secara tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan niscaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Norma ini mencerminkan harapan, keinginan, dan keyakinan seluruh anggota masyarakat tersebut tentang bagaimana hidup bermasyarakat yang baik dan bagaimana masyarakat tersebut harus diatur secara baik. Karena itu, ia mengikat semua anggota masyarakat tanpa terkecuali.

Itu sebabnya keberlakuan norma ini lebih tegas dan pasti, karena ditunjang dan dijamin oleh hukuman atau sangsi bagi pelanggarnya. Norma hukum selalu dikodifikasikan dalam bentuk aturan tertulis yang dapat dijadikan pegangan dan rujukan konkret bagi setiap anggota masyarakat baik dalam berperilaku maupun dalam menjatuhkan sangsi bagi pelanggarnya.

*Ketiga, norma moral*, yaitu aturan mengenai sikap dan perilaku manusia sebagai manusia. Norma ini menyangkut aturan tentang baik buruknya, adil tidaknya tindakan dan perilaku manusia sejauh ia dilihat sebagai manusia. Norma moral lalu menjadi tolok ukur yang dipakai oleh masyarakat untuk menentukan baik buruknya tindakan manusia sebagai manusia, entah sebagai anggota masyarakat ataupun sebagai orang dengan jabatan atau profesi tertentu.

Berbeda dengan norma hukum, norma moral diharapkan untuk dipatuhi oleh setiap orang tanpa mempedulikan sangsi atau hukuman, karena memang norma moral tidak mengenal sangsi semacam itu. Norma moral diharapkan ditaati hanya karena nilai yang terkandung dalam norma itu.

#### 1.1. Pengertian Etika Bisnis

Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa kemajuan di bidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiannya (humanistik).

A.Sony Keraf mengibaratkan bisnis seperti halnya permainan judi, bisnis adalah bentuk persaingan yang mengutamakan kepentingan pribadi. Dalam permainan penuh persaingan itu, aturan yang dipergunakan berbeda dari aturan yang ada pada kehidupan sosial pada umumnya. Kemudian, orang yang mematuhi aturan moral akan berada pada posisi yang tidak menguntungkan di tengah persaingan ketat yang menghalalkan segala cara itu. 78)

---

78) A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, Pustaka Filsafat Kanisius, Yogyakarta, Cetakan II, 1993, hal.21

Kegiatan mencari etika bisnis tersebut menyangkut empat macam kegiatan, yaitu :

- a. menerapkan prinsip-prinsip etika umum pada khususnya atau praktek-praktek khusus dalam bisnis menyangkut apa yang dinamakan *meta-etika*;
- b. apakah perilaku dan tindakan yang dinilai secara etis tidak pada individu dapat juga dikenakan pada organisasi atau perusahaan bisnis;
- c. menyoroti moralitas sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi suatu negara pada khususnya;
- d. meluas melampaui bidang etika, menelaah teori ekonomi dan organisasi. 79)

Upaya manusia dalam menegakkan etika tak lepas dari obsesi pemikiran yang mendasarinya. Para ahli pada umumnya membagi etika ke dalam dua aliran besar, yaitu :

- a. Aliran *deontologi*, yang hanya menilai perbuatan orang dan memandang kewajiban moral dapat diketahui secara intuitif tanpa memperhatikan konsep yang baik;
- b. Aliran-aliran *teleologi*, yang menilai perbuatan orang dari tujuan yang hendak dicapainya. Perbuatan seseorang itu dinilai buruk atau baik kalau perbuatannya itu menghalangi atau memajukan tercapainya suatu tujuan yang dianggap baik. 80)

---

79) Sonny Keraf, op.cit., hal.59-60

80) M.Said, *Etika Masyarakat Indonesia*, Pradya Paramita, Jakarta, 1980, hal.7

Istilah deontologi berasal dari kata Yunani yang berarti "kewajiban: (*duty*). Suatu tindakan baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik bagi dirinya sendiri. Maka tindakan itu bernilai moral karena tindakan itu dilaksanakan berdasarkan kewajiban. Misalnya, suatu tindakan bisnis akan dinilai baik oleh etika deontologi bukan karena tindakan itu mendatangkan akibat baik bagi pelakunya, melainkan karena tindakan itu sejalan dengan kewajiban si pelaku; memberikan pelayanan yang prima kepada semua konsumen, mengembalikan utangnya sesuai janji, menawarkan barang dengan mutu yang terjamin.

Sedangkan etika teleologi justru mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu atau berdasarkan akibat yang timbul (ditimbulkan) oleh tindakan itu. Misalnya, mencuri, bagi teori teleologi tidak ditentukan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Kalau tujuannya baik maka tindakan itu dinilai baik (seorang mencuri uang untuk membeli obat bagi ibunya yang sakit parah). Dari segi ini, kita melihat aliran ini cenderung menjadi situasional.

Dari aliran etika teleologi ini muncul aliran teleolog yang berbeda, yakni :

- a. Egoisme, yang intinya bahwa tindakan dari setiap orang pada dasarnya bertujuan untuk mengejar kepentingan pribadi dan memajukan dirinya sendiri. Apa yang kemudian disebut egoisme etis, karena bertujuan mengusahakan kebahagiaan dan kepentingannya di atas kebahagiaan dan kepentingan orang lain. Egoisme etis bisa juga menjadi hedonistik,

karena menekankan kepentingan dan kebahagiaan pribadi berdasarkan hal yang menyenangkan dan mengenakan (bahkan secara lahiriah).

- b. Utilitarianisme, menilai baik buruk tindakan seseorang berdasarkan tujuan dan akibat dari tindakan itu bagi sebanyak-banyak mungkin orang. Teori ini berakar dari tesis bahwa suatu tindakan dinilai baik kalau tindakannya itu mendatangkan akibat baik yang paling besar atau akibat buruk yang paling kecil.

Bisnis dapat dikembangkan menjadi sebuah profesi yang luhur dan etis. Ini berarti bisnis perlu dijalankan secara etis. Keuntungan adalah hal yang pokok bagi kelangsungan bisnis, walaupun bukan merupakan tujuan satu-satunya, sebagaimana dianut pandangan bisnis yang ideal. Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk. Bahkan secara moral keuntungan memungkinkan suatu perusahaan bertahan dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif demi memacu pertumbuhan ekonomi yang menjamin kemakmuran nasional. Ketiga, keuntungan memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan melainkan juga dapat menghidupi karyawan-karyawannya bahkan pada tingkat dan taraf hidup yang semakin baik. Lebih dari itu, dengan keuntungan yang terus diperoleh, perusahaan dapat mengembangkan terus usahanya dan berarti membuka lapangan kerja bagi banyak orang lainnya, dan dengan demikian memajukan ekonomi nasional.

## 1.2. Pengertian Etika Ekobisnis

Antroposentrisisme adalah teori etika lingkungan yang memandang manusia sebagai pusat dari sistem alam semesta. Manusia dan kepentingannya dianggap yang paling menentukan dalam tatanan ekosistem dan dalam kebijakan yang diambil dalam kaitan dengan alam, baik secara langsung atau tidak langsung.<sup>81)</sup>

Hampir semua filsuf moral yang berpandangan antroposentris melihat etika lingkungan hidup sebagai sebuah disiplin filsafat yang berbicara mengenai hubungan moral antara manusia dengan lingkungan atau alam semesta, dan bagaimana perilaku manusia yang seharusnya terhadap lingkungan. Jadi yang terutama menjadi fokus perhatian etika lingkungan, menurut pengertian ini, bagaimana manusia harus bertindak atau bagaimana perilaku manusia yang seharusnya terhadap lingkungan hidup. Etika lingkungan hidup disini dipahami sebagai disiplin ilmu yang berbicara mengenai norma dan kaidah moral yang mengatur perilaku manusia dalam berhubungan dengan alam serta nilai dan prinsip moral yang menjiwai perilaku manusia dalam berhubungan dengan alam tersebut.

Etika lingkungan hidup lebih dipahami sebagai sebuah kritik atas etika yang selama ini dianut oleh manusia, yang dibatasi pada komunitas sosial manusia. Etika lingkungan hidup menuntut agar etika dan moralitas tersebut diberlakukan juga bagi komunitas biotis atau komunitas ekologis.

Etika lingkungan hidup tidak hanya berbicara mengenai perilaku manusia terhadap alam, etika lingkungan hidup juga berbicara mengenai

---

81) Sonny Keraf, *Etika Lingkungan*, Penerbit Kompas Jakarta, 2002, hal.33

relasi di antara semua kehidupan alam semesta, yaitu antara manusia dengan manusia yang mempunyai dampak pada alam dan antara manusia dengan makhluk hidup lain atau dengan alam secara keseluruhan. Termasuk didalamnya, berbagai kebijakan politik dan ekonomi yang mempunyai dampak langsung atau tidak langsung terhadap alam.

Dalam era globalisasi semakin banyak pelaku usaha mempelajari dan menerapkan etika. Muncul disiplin baru yang semakin dikenal sebagai etika terapan (*applied ethics*), yang melibatkan tidak hanya para filosof, tetapi juga para praktisi dan profesional dari pelbagai bidang.

Pasang naik etika terapan ini terutama terlihat pada etika kedokteran (atau etika biomedis), etika bisnis, serta etika lingkungan. Tentu saja ketiga bidang etika terapan ini mempunyai hubungan satu dengan yang lain. Kaitan yang sangat erat antara etika lingkungan dan etika bisnis sekarang ini semakin disadari. Hormat pada lingkungan alam, kesadaran untuk menghindari pencemaran lingkungan (*pollution*) dan pengurasan sumber daya alam (*resource depletion*) merupakan unsur normatif baru yang ditambahkan pada, bahkan dapat dikatakan merupakan konsekuensi dari, hormat pada hak-hak konsumen. Gerakan hak-hak konsumen (*consumerism*) telah menjadi konsumerisme-hijau (*green-consumerism*). Etika bisnis dengan demikian menjadi etika ekobisnis.

Secara etis, dunia bisnis tidak hanya wajib untuk berbuat baik dan adil kepada sesama manusia, tetapi juga kepada lingkungan alamnya. Dalam perkembangan ekspektasi etis publik internasional itulah, etika bisnis sudah berkembang menjadi etika ekobisnis. Kredibilitas dan kesuksesan bangsa

Indonesia dalam bisnis internasional juga ikut ditentukan oleh sejauh mana bisnis kita memahami dan mengantisipasi perkembangan itu.

## 2. Perkembangan Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis

### 2.1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Menurut Sonny Keraf, secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Di Indonesia, prinsip-prinsip etika bisnis yang dianut akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat kita, yaitu : 82)

- a. Prinsip pertama, *prinsip otonomi*. Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.

Untuk bertindak secara otonom, diandaikan ada kebebasan untuk mengambil keputusan yang menurutnya terbaik. Kebebasan adalah unsur hakiki dari prinsip otonomi ini.

Hal yang sama berlaku dalam bidang bisnis. Seorang pelaku bisnis hanya mungkin bertindak secara etis kalau diberi kebebasan dan kewenangan penuh untuk mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan apa yang dianggapnya baik. Demikian pula, hanya kalau

---

82) Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, hal.74



pengusaha dijamin kebebasannya untuk berbisnis tanpa campur tangan atau paksaan dari pemerintah yang distorsif dan tidak etis, mereka dapat melakukan bisnisnya secara etis. Tanpa itu, nilai dan norma etika akan dengan mudah diabaikan hanya demi tunduk secara paksa terhadap pihak luar tadi.

Namun, kebebasan saja belum menjamin bahwa seseorang bertindak secara otonom dan etis. Karena dengan kebebasannya seseorang dapat bertindak secara membabi-buta tanpa menyadari apakah tindakannya itu baik atau tidak. Dengan kebebasannya seseorang dapat bertindak sesuka hatinya, dan karena itu malah bertindak secara tidak etis. Karena itu, otonomi juga mengandaikan adanya tanggungjawab. Ini unsur lain lagi yang sangat penting dari prinsip otonomi. Orang yang otonom adalah orang yang tidak saja sadar akan kewajibannya dan bebas mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan apa yang dianggapnya baik, melainkan juga adalah orang yang bersedia mempertanggungjawabkan keputusan dan tindakannya serta dampak dari keputusan dan tindakannya itu.

Bagi dunia bisnis, otonomi merupakan prinsip yang sangat penting. Dengan otonomi para pelaku bisnis benar-benar menjadi subyek moral yang bertindak secara bebas dan bertanggungjawab atas tindakannya. Ini berarti sebagai subyek moral mereka tidak lagi sekedar bertindak dan berbisnis seenaknya dengan merugikan hak dan kepentingan pihak lain.

Secara khusus dalam dunia bisnis, tanggungjawab moral yang diharapkan dari setiap pelaku bisnis yang otonom punya dua arah.

Yang paling pokok adalah tanggungjawab terhadap diri sendiri. Yang kedua tanggungjawab moral juga tertuju kepada semua pihak yang terkait yang berkepentingan (*stakeholders*). Artinya, apakah keputusan dan tindakan bisnis yang diambil secara sadar dan bebas tadi, dari segi kepentingan pihak-pihak terkait itu, dapat dipertanggungjawabkan secara moral.

- b. Prinsip kedua, *prinsip kejujuran*. Harus diakui bahwa memang prinsip ini paling problematik karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan kegiatan bisnisnya pada tipu-menipu atau tindakan curang, entah karena situasi eksternal tertentu atau karena dasarnya memang ia sendiri suka tipu-menipu.

Paling tidak ada tiga lingkup kegiatan bisnis di bawah ini bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan pada prinsip kejujuran.

Pertama, kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Dalam mengikat perjanjian dan kontrak tertentu, semua pihak (pelaku bisnis) secara apriori saling percaya satu sama lain, bahwa masing-masing pihak tulus dan jujur melaksanakan janjinya.

Kedua, kejujuran juga relevan dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Sebagaimana sudah dikatakan di depan, dalam bisnis modern penuh persaingan, kepercayaan konsumen adalah hal yang paling pokok. Maka, sekali pengusaha menipu konsumen, entah melalui iklan, entah melalui pelayanan yang

tidak sebagaimana digembar-gemborkan, konsumen akan dengan mudah lari ke produk lain.

Kenyataan bahwa semakin banyak konsumen Indonesia lebih suka mengkonsumsi produk luar negeri menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tidak begitu percaya kepada bangsanya sendiri. Bahwa pengusaha luar negeri lebih bisa dipercaya karena dengan jujur menawarkan barang dengan kualitas yang baik, yang tidak akan mudah menipu konsumen, dan sebaliknya penguasa Indonesia sulit dipercaya kejujurannya. Ini menyakitkan, tapi menunjukkan bahwa kejujuran adalah prinsip yang justru sangat penting dan relevan untuk kegiatan bisnis yang baik dan tahan lama.

Ketiga, kejujuran relevan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan. Tidak mungkin suatu perusahaan dapat bertahan kalau hubungan kerja dalam perusahaan itu tidak dilandasi kejujuran, kalau karyawan terus-menerus ditipu atasan dan sebaliknya atasan terus menerus ditipu karyawan. Kejujuran dalam perusahaan adalah inti dan kekuatan perusahaan. Yang menarik, kejujuran dalam perusahaan hanya mungkin terjaga kalau ada etos bisnis yang baik dalam perusahaan itu, kalau ada standar-standar moral yang jelas, kalau karyawan diperlakukan secara baik dan manusiawi, kalau karyawan diperlakukan sebagai manusia yang punya hak-hak tertentu, kalau sudah terbina sikap saling menghargai sebagai manusia antara satu dan yang lainnya.

Dalam ketiga wujud di atas, kejujuran terkait erat dengan kepercayaan. Padahal kepercayaan adalah aset yang sangat berharga

bagi kegiatan bisnis. Sekali pihak tertentu tidak jujur, dia tidak bisa lagi dipercaya dan berarti sulit untuk bertahan dalam bisnis.

- c. Prinsip ketiga, *prinsip keadilan*. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Demikian pula, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis entah dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.
- d. Prinsip keempat, *prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle)*. Prinsip ini menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Jadi, kalau prinsip keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya, prinsip saling menguntungkan satu sama lain. Maka, dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win solution*.
- e. Prinsip kelima, *integritas moral*. Prinsip ini terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar dia perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya atau nama baik perusahaannya. Prinsip ini merupakan tuntutan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan. Dan itu tercermin dalam seluruh perilaku bisnisnya dengan siapa saja, baik ke luar maupun ke dalam perusahaan.

Dari semua prinsip di atas, Adam Smith menganggap prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok. Menurut Adam Smith prinsip *no harm* (tidak merugikan hak dan kepentingan orang lain) merupakan prinsip yang paling pokok yang harus ada bagi interaksi sosial manapun, termasuk bisnis. Tanpa prinsip ini, bisnis tidak dapat bertahan.

Tentu saja prinsip lainpun sangat penting bagi kelangsungan bisnis dan tanpa prinsip-prinsip itu bisnis tidak mungkin bertahan. Tapi yang menarik pada prinsip *no harm* adalah bahwa sampai tingkat tertentu dalam prinsip ini telah terkandung semua prinsip etika bisnis lainnya.

## 2.2. Prinsip-prinsip Etika Lingkungan Hidup

Menurut A.Sonny Keraf, prinsip-prinsip etika lingkungan hidup dimaksudkan sebagai pedoman untuk melakukan perubahan kebijakan sosial, politik, dan ekonomi untuk lebih pro lingkungan dan dalam rangka itu untuk bisa mengatasi krisis ekologi sekarang ini. Prinsip-prinsip ini juga dilatarbelakangi oleh krisis ekologi yang bersumber pada cara pandang dan perilaku antroposentrisme.

Prinsip-prinsip etika lingkungan ini terutama bertumpu pada dua unsur pokok dari teori biosentrisme dan ekosentrisme. Pertama, komunitas moral tidak hanya dibatasi pada komunitas sosial, melainkan mencakup komunitas ekologis seluruhnya. Kedua, hakekat manusia bukan hanya sebagai makhluk sosial, melainkan juga makhluk ekologis. Kedua unsur pokok ini mewarnai hampir seluruh prinsip etika lingkungan dibawah ini.<sup>83)</sup>

---

83) Sonny Keraf, *Etika Lingkungan*, hal.143

a. Sikap hormat terhadap alam

Terlepas dari perbedaan cara pandang di antara antroposentrisme, biosentrisme, ekosentrisme, dan ekofeminisme, semua teori etika lingkungan tersebut sama-sama mengakui bahwa alam semesta perlu dihormati. Bedanya, antroposentrisme menghormati alam karena beranggapan bahwa kepentingan manusia bergantung pada kelestarian dan integritas alam. Sebaliknya, biosentrisme dan ekosentrisme beranggapan bahwa manusia mempunyai kewajiban moral untuk menghargai alam semesta dengan segala isinya karena manusia adalah bagian dari alam dan karena alam mempunyai nilai pada dirinya sendiri. Dengan mendasarkan diri pada teori bahwa komunitas ekologis adalah komunitas moral, setiap anggota komunitas, manusia ataupun bukan, mempunyai kewajiban moral untuk saling menghormati. Secara khusus, sebagai pelaku moral, manusia mempunyai kewajiban moral untuk menghormati kehidupan, baik pada manusia maupun pada makhluk lain dalam komunitas ekologis seluruhnya. Bahkan menurut teori DE (*Deep Ecology*), manusiapun dituntut untuk menghargai dan menghormati benda-benda yang non hayati, karena semua benda di alam semesta mempunyai "hak yang sama untuk berada, hidup, dan berkembang".

Alam mempunyai hak untuk dihormati, tidak saja karena kehidupan manusia bergantung pada alam. Tetapi terutama karena kenyataan ontologis bahwa manusia adalah bagian integral dari alam, manusia adalah anggota komunitas ekologis.

Manusia berkewajiban menghargai kehidupan alam, kehidupan semua makhluk hidup di dalamnya. Manusia berkewajiban menghargai hak semua makhluk hidup untuk berada, hidup, tumbuh, dan berkembang secara alamiah sesuai dengan tujuan penciptaannya. Maka, sebagai perwujudan nyata dari penghargaan itu, manusia perlu memelihara, merawat, menjaga, melindungi, dan melestarikan alam beserta seluruh isinya. Ini berarti, manusia tidak boleh merusak dan menghancurkan alam beserta seluruh isinya, tanpa alasan yang bisa dibenarkan secara moral.

b. Prinsip tanggungjawab (*moral responsibility for nature*)

Terkait dengan prinsip hormat terhadap alam di atas adalah tanggungjawab moral terhadap alam, karena secara ontologis adalah manusia bagian integral dari alam. Kenyataan ini saja melahirkan sebuah prinsip moral bahwa manusia mempunyai tanggungjawab baik terhadap alam semesta seluruhnya dan integritasnya, maupun terhadap keberadaan dan kelestarian setiap bagian dan benda di alam semesta ini, khususnya makhluk hidup. Setiap bagian dan benda di alam semesta ini diciptakan oleh Tuhan dengan tujuannya masing-masing, terlepas dari apakah tujuan itu untuk kepentingan manusia atau tidak. Oleh karena itu, manusia, sebagai bagian dari alam semesta, bertanggungjawab pula untuk menjaganya.

Tanggungjawab ini bukan saja bersifat individual melainkan juga kolektif. Prinsip tanggungjawab moral ini menuntut manusia untuk mengambil prakarsa, usaha, kebijakan, dan tindakan bersama secara

nyata untuk menjaga alam semesta dengan segala isinya. Itu berarti, kelestarian dan kerusakan alam merupakan tanggungjawab bersama seluruh umat manusia. Wujud konkretnya, semua orang harus bisa bekerja sama bahu-membahu untuk menjaga dan melestarikan alam, dan mencegah serta memulihkan kerusakan alam dan segala isinya. Tanggungjawab bersama ini juga terwujud dalam bentuk mengingatkan, melarang dan menghukum siapa saja yang secara sengaja ataupun tidak sengaja merusak dan membahayakan eksistensi alam semesta, bukan karena kepentingan manusia tergantung dari eksistensi alam, melainkan karena alam bernilai pada dirinya sendiri.

Dengan prinsip tanggungjawab pribadi maupun tanggungjawab bersama itu, setiap orang dituntut dan terpanggil untuk bertanggungjawab memelihara alam semesta ini sebagai milik bersama dengan rasa memiliki yang tinggi seakan merupakan milik pribadinya. Tanggungjawab ini akan muncul seandainya pandangan dan sikap moral yang dimiliki adalah bahwa alam bukan sekedar untuk kepentingan manusia. Ketika alam dilihat sekedar demi kepentingan manusia, memang milik bersama lalu dieksploitasi tanpa rasa tanggungjawab. Sebaliknya, kalau alam dihargai sebagai bernilai pada dirinya sendiri, maka rasa tanggungjawab akan muncul dengan sendirinya dalam diri manusia, kendati yang dihadapinya sebuah milik bersama.

c. Solidaritas Kosmis (*cosmic solidarity*)

Prinsip solidaritas muncul dari kenyataan bahwa manusia adalah bagian integral dari alam semesta. Lebih dari itu, dalam perspektif



ekofeminisme, manusia mempunyai kedudukan sederajat dan setara dengan alam dan semua makhluk hidup lain di alam ini. Kenyataan ini membangkitkan dalam diri manusia perasaan solider, perasaan sepenanggungan dengan alam dan dengan sesama makhluk hidup lain. Manusia lalu bisa ikut merasakan apa yang dirasakan oleh makhluk hidup lain di alam semesta ini. Manusia bisa merasa sedih dan sakit ketika berhadapan dengan kenyataan memilukan berupa rusak dan punahnya makhluk hidup tertentu. Ia ikut merasa apa yang terjadi dalam alam, karena ia merasa satu dengan alam.

Prinsip solidaritas kosmis ini lalu mendorong manusia untuk menyelamatkan lingkungan, untuk menyelamatkan semua kehidupan di alam ini. Karena, alam dan semua kehidupan di dalamnya mempunyai nilai yang sama dengan kehidupan manusia. Solidaritas kosmis juga mencegah manusia untuk tidak merusak dan mencemari alam dan seluruh kehidupan di dalamnya, sama seperti manusia tidak akan merusak kehidupannya serta merusak rumah tangganya sendiri. Solidaritas kosmis ini berfungsi untuk mengontrol perilaku manusia dalam batas-batas keseimbangan kosmis.

d. Prinsip kasih sayang dan kepedulian terhadap alam (*caring for nature*)

Ini merupakan prinsip etika yang paling ditekankan oleh ekofeminisme. Sebagai sesama anggota komunitas ekologis yang setara, manusia digugah untuk mencintai, menyayangi dan peduli kepada alam, dan seluruh isinya, tanpa diskriminasi dan tanpa dominasi. Kasih sayang dan kepedulian ini juga muncul dari kenyataan

bahwa sebagai sesama anggota komunitas ekologis, semua makhluk hidup mempunyai hak untuk dilindungi, dipelihara, tidak disakiti, dan dirawat.

Prinsip kasih sayang dan kepedulian adalah prinsip moral satu arah, menuju yang lain, tanpa mengharapkan balasan. Ia tidak didasarkan pada pertimbangan kepentingan pribadi, tetapi semata-mata demi kepentingan alam. Yang menarik, semakin mencintai dan peduli kepada alam, manusia semakin berkembang menjadi manusia yang matang sebagai pribadi, dengan identitasnya yang kuat. Karena, alam memang menghidupkan, tidak hanya dalam pengertian fisik, melainkan juga dalam pengertian mental spiritual.

f. Prinsip “No Harm”

Berdasarkan keempat prinsip moral tersebut, prinsip moral lainnya yang relevan adalah prinsip *no harm*. Artinya, karena manusia mempunyai kewajiban moral dan tanggungjawab terhadap alam, paling tidak manusia tidak akan mau merugikan alam secara tidak perlu. Dengan mendasarkan diri pada biosentrisme dan ekosentrisme, manusia berkewajiban moral untuk melindungi kehidupan di alam semesta ini. Demikian pula, karena merasa dirinya sebagai anggota komunitas ekologis, manusia merasa solider dengan dan peduli terhadap alam beserta segala isinya. Kewajiban, sikap solider dan kepedulian ini bisa mengambil bentuk minimal berupa tidak melakukan tindakan yang merugikan sesama manusia.

Tentu saja, sebagaimana juga dikatakan oleh Peter Singer, manusia diperkenankan untuk memanfaatkan segala isi alam semesta, termasuk binatang dan tumbuhan, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini dilakukan dengan bijaksana untuk tetap menghargai hak binatang dan tumbuhan untuk hidup, dan hanya dilakukan sejauh memenuhi kebutuhan hidup manusia yang paling vital. Jadi, pemenuhan kebutuhan hidup manusia yang bersifat kemewahan dan di luar batas-batas yang wajar ditentang karena dianggap merugikan kepentingan makhluk hidup lain (binatang dan tumbuhan). Maka, penggunaan binatang untuk percobaan dan untuk mode (kulit binatang untuk pakaian, sepatu, tas) serta bisnis dengan sendirinya ditolak.

Dengan kata lain, kewajiban dan tanggungjawab moral bisa dinyatakan dalam bentuk maksimal dengan melakukan tindakan merawat (*care*), melindungi, menjaga, dan melestarikan alam.

f. Prinsip hidup sederhana dan selaras dengan alam

Yang ditekankan dalam prinsip ini adalah nilai, kualitas, cara hidup yang baik, dan bukan kekayaan, sarana, standar material. Yang ditekankan bukan rakus dan tamak mengumpulkan harta dan memiliki sebanyak-banyaknya. Yang lebih penting adalah mutu kehidupan yang baik.

Prinsip ini penting karena, pertama, krisis ekologi sejauh ini terjadi karena pandangan antroposentris yang hanya melihat alam sebagai obyek eksploitasi dan pemuas kepentingan hidup manusia. Kedua, krisis ekologi terjadi karena, sebagai ditekankan Naess dan

*Deep Ecology*, pola dan gaya hidup manusia modern yang konsumtif, tamak, dan rakus. Tentu saja tidak berarti bahwa manusia tidak boleh memanfaatkan alam untuk kepentingannya. Kalau manusia memahami dirinya sebagai bagian integral dari alam, ia harus memanfaatkan alam itu secara secukupnya. Ada batas sekedar untuk hidup secara layak sebagai manusia. Maka, prinsip hidup sederhana menjadi prinsip fundamental.

Bersamaan dengan itu, ia akan hidup seadanya sebagaimana alam itu. Ia akan mengikuti hukum alam, yaitu hidup dengan memanfaatkan alam sejauh dibutuhkan, dan berarti hidup selaras dengan tuntutan alam itu sendiri. Ia tidak perlu menjadi rakus, tidak perlu banyak menimbun sehingga membuatnya mengeksploitasi alam tanpa batas.

Ini berarti, pola konsumsi dan produksi manusia modern harus dibatasi. Harus ada titik batas yang bisa ditolerir oleh alam. Masalahnya : di mana titik batas itu? Siapa yang harus menentukan titik batas itu? Secara moral jawabannya gampang : manusia itu sendiri. Masalahnya, siapa yang bisa menahan diri ketika melihat sesamanya hidup bermewah-mewah dalam kelimpahan dan berkelebihan? Akibatnya : saling berlomba mengejar kekayaan, berarti berlomba-lomba mengeksploitasi alam. Ini menyangkut gaya hidup bersama, budaya modern, yang sangat materialistis, konsumtif, dan eksploitatif.

Pada tingkat ini, dibutuhkan sebuah gerakan bersama untuk secara komunal mengubah gaya hidup bersama. Yang jelas, selama kita menerima bahwa kerusakan lingkungan disebabkan oleh perilaku

manusia yang materialistis, konsumtif, dan eksploitatif, prinsip moral hidup sederhana harus diterima sebagai pola hidup baru. Selama prinsip ini tidak diterima, kita sulit berhasil menyelamatkan lingkungan hidup kita.

g. Prinsip keadilan

Berbeda dengan keenam prinsip di atas, prinsip keadilan tidak berbicara tentang perilaku manusia terhadap alam semesta. Prinsip keadilan lebih berbicara tentang bagaimana manusia harus berperilaku satu terhadap yang lain dalam kaitan dengan alam semesta dan bagaimana sistem sosial harus diatur agar berdampak positif pada kelestarian lingkungan hidup.

Dalam hal ini, prinsip keadilan terutama berbicara tentang akses yang sama bagi semua kelompok dan anggota masyarakat dalam ikut menentukan kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian alam, dan dalam ikut menikmati pemanfaatan sumber daya alam atau alam semesta seluruhnya. Dengan demikian, prinsip keadilan ini telah masuk dalam wilayah politik ekologi, di mana pemerintah dituntut untuk membuka peluang dan akses yang sama bagi semua kelompok dan anggota masyarakat dalam ikut menentukan kebijakan publik (khususnya di bidang lingkungan) dan dalam memanfaatkan alam ini bagi kepentingan vital manusia. Termasuk di dalamnya prinsip bahwa semua kelompok dan anggota masyarakat harus secara proporsional menanggung beban yang disebabkan oleh rusaknya alam semesta yang ada.

Dalam kaitan dengan prinsip keadilan ini, kepentingan masyarakat adat harus mendapat perhatian ekstra. Perhatian ekstra diperlukan karena dibandingkan dan berhadapan dengan masyarakat modern, yang berusaha memanfaatkan sumber daya alam di sekitar masyarakat adat ini, masyarakat adat sangat tidak berdaya. Mereka tidak berdaya dari segi modal, teknologi, informasi, kemampuan manajemen dan sebagainya. Ini menyebabkan kepentingan mereka, baik ekonomis maupun budaya khususnya sangat rentan dan terancam. Dan pada gilirannya membahayakan eksistensi mereka sebagai kelompok budaya dan sebagai manusia. Oleh karena itu, secara politik, harus ada kebijakan politik khusus yang menjamin bahwa kehidupan ekonomi, adat dan budaya serta eksistensi mereka dilindungi dalam setiap proses pembangunan suatu bangsa.

Ini penting karena kehidupan masyarakat adat sangat bergantung pada keberadaan ekosistem alam di sekitar tempat tinggalnya. Alam tidak hanya memberi mereka sumber kehidupan ekonomi, tetapi juga menentukan budaya, cara pikir, dan cara berada. Itu berarti, rusak dan hilangnya ekosistem alam di sekitar mereka akan secara langsung menyebabkan rusak dan hilangnya budaya, dan berarti punahnya eksistensi mereka sebagai manusia.

#### h. Prinsip demokrasi

Prinsip demokrasi disini sangat relevan dalam bidang lingkungan, terutama dalam kaitan dengan pengambilan kebijakan di bidang lingkungan yang menentukan baik-buruk, rusak tidaknya, tercemar

tidaknya lingkungan hidup. Ini sebuah prinsip moral politik yang menjadi garansi bagi kebijakan yang pro-lingkungan hidup. Sebaliknya, ada kekhawatiran yang sangat besar bahwa kehidupan politik yang tidak demokratis, dan sistem politik yang tidak menjamin adanya demokrasi, akan membahayakan bagi upaya perlindungan lingkungan hidup.

Dalam kaitan dengan lingkungan hidup, demokrasi menjamin bahwa setiap orang dan kelompok masyarakat mempunyai hak untuk memperjuangkan kepentingannya di bidang lingkungan, berpartisipasi dalam menentukan kebijakan di bidang lingkungan, mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang akurat (yang terkait dengan kebijakan publik) di bidang lingkungan. Demikian pula, demokrasi menjamin bahwa pemerintah wajib mempertanggungjawabkan kebijakannya di bidang lingkungan, khususnya kebijakan yang merugikan lingkungan. Bahkan, demokrasi menjamin bahwa rakyat mempunyai hak untuk berbeda pendapat dengan pemerintah, dengan menggugat setiap kebijakan publik yang berdampak merugikan lingkungan.

i. Prinsip integritas moral

Prinsip ini terutama dimaksudkan untuk pejabat publik. Prinsip ini menuntut pejabat publik agar mempunyai sikap dan perilaku moral yang terhormat serta memegang teguh prinsip-prinsip moral yang mengamankan kepentingan publik. Ia dituntut untuk berperilaku sedemikian rupa sebagai orang yang bersih dan disegani oleh publik karena mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap kepentingan

masyarakat. Ia dituntut untuk tidak menyalahgunakan kekuasaannya untuk kepentingan dirinya dan kelompoknya dengan merugikan kepentingan masyarakat. Singkatnya, ia dituntut untuk bertindak dengan tetap menjaga nama baik sebagai orang yang baik dan terhormat.

Prinsip ini berkaitan erat dengan lingkungan. Karena, selama pejabat publik tidak mempunyai integritas moral, sehingga menyalahgunakan kekuasaannya untuk kepentingannya dan kelompoknya dengan mengorbankan kepentingan masyarakat, lingkungan hidup bisa ditebak akan dengan mudah dirugikan. Secara konkret, ini terutama berlaku baik dalam kaitan dengan kebijakan publik yang berdampak pada rusaknya lingkungan maupun dalam kaitan dengan pemberian izin yang mempunyai dampak merugikan bagi lingkungan. Ketika izin dengan mudah diberikan dengan tidak memperhatikan ketentuan yang berlaku di bidang lingkungan, lingkungan hidup dengan sendirinya akan hancur. Ketika pejabat publik bisa disogok untuk meloloskan izin yang bermasalah dari segi lingkungan, lingkungan akan hancur. Ketika pejabat publik dengan mudah menutup-nutupi masalah yang terkait dengan sepak terjang perusahaan tertentu karena ada kolusi, lingkungan hidup akan hancur. Ketika pejabat publik tidak mau bertanggungjawab atas kebijakan dan tindakannya yang merugikan lingkungan, lingkungan hidup akan tetap dirugikan. Dengan kata lain, demi menjamin kepentingan di bidang lingkungan integritas moral pejabat publik merupakan salah satu syarat utama.



Hal yang sama berlaku dalam kaitan dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal) dan persetujuan Amdal. Orang-orang yang berwewenang melakukan penilaian Amdal harus mempunyai integritas moral yang tinggi, karena hasil penilaian mereka sangat menentukan izin bisa dikeluarkan atau tidak.

Sebagai penutup, kesembilan prinsip itu berpulang kepada setiap pribadi masing-masing. Dihayati atau tidak bergantung pada cara pandang masing-masing tentang manusia, alam, dan tempat manusia dalam alam. Ini ditentukan oleh apakah ia mempunyai kepedulian atau tidak terhadap lingkungan. Dan ini sangat bergantung pada pendidikan sejak dari keluarga dan diteruskan di sekolah dan masyarakat. Keluarga dan masyarakat mempunyai pengaruh yang sangat menentukan dalam membentuk cara pandang dan perilaku. Bahkan sesungguhnya masyarakat mempunyai pengaruh yang jauh lebih menentukan. Karena kuat tidaknya komitmen lingkungan yang dibangun sejak kecil di keluarga akan sangat ditentukan oleh pengaruh masyarakat di sekitar kita.

### 2.3. Etika Dan Globalisasi

Globalisasi adalah suatu proses sosial dan budaya yang dinilai dengan berinteraksinya suatu bangsa dengan bangsa lain. Globalisasi dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi saling tergantung dalam jaringan internasional meliputi transportasi, distribusi, komunikasi, dan ekonomi yang melampaui garis batas teritorial negara. Dunia bisnis masa sekarang

tidak berada dalam dunia yang “vakum”. Berbagai gejala politik, ekonomi, teknologi dapat mempengaruhi kondisi bisnis.

Sebelum memasuki pasar internasional, baik negara maupun bisnis perlu membuat keputusan secara hati-hati. Dunia bisnis “*go international*” karena alasan potensi keuntungan, tingkat keuntungan, permintaan yang mantap, bahan baku, teknologi, dan efisiensi produksi.

Dalam bisnis internasionalpun, pelaku bisnis wajib melindungi dan jika mungkin meningkatkan lingkungan alam, mendukung pembangunan yang berkelanjutan, dan mencegah terjadinya pemborosan sumber-sumber daya alam. Untuk itu diperlukan penerapan norma-norma moral dan etika. Khususnya mengenai penerapan etika lingkungan, harus dipahami berdasarkan pertimbangan bahwa terdapat berbagai persepsi tentang hubungan manusia dengan lingkungannya. Misalnya manusia harus tunduk pada alam, atau harus memelihara keserasian dengan lingkungan, atau manusia harus menguasai alam lingkungannya. Ada masyarakat yang menganut paham bahwa manusia harus tunduk pada alam dan mengatakan bahwa segala sesuatu dalam hidup ini ada yang mengatur dan bahwa apa yang terjadi pada seseorang sudah merupakan “takdir” atau “nasib”. Ada pula yang berpandangan bahwa yang harus diciptakan dalam hubungan manusia dengan lingkungannya adalah harmoni, yang dapat berarti dominannya pandangan bahwa alam tidak boleh dirusak. Akan tetapi sebaliknya, masyarakat tertentu berpandangan bahwa alam harus diraklukkan dan oleh karena itu ilmu pengetahuan dan teknologi harus dikuasai sebagai instrumen untuk menaklukkannya. Apabila manajemen

suatu perusahaan global memiliki pemahaman yang tepat tentang hal ini, perilaku organisasional dan kebijakan perusahaan dapat disesuaikan.

Globalisasi tidak hanya mendorong para pelaku bisnis untuk mampu berbisnis dengan tata-cara global serta membangun kompetensi untuk bersaing secara global, tetapi ada standar, ada konvensi, dan ada pedoman tindak-tanduk internasional yang harus dipatuhi, sebagai suatu syarat meraih kredibilitas sebagai *good corporate governance*.

#### 2.4. Kepedulian Pada Generasi Mendatang Dan Etika Lingkungan

Kita harus senantiasa memperhatikan kondisi lingkungan yang akan diwariskan oleh generasi kita kepada generasi-generasi mendatang. Mereka harus memperoleh kondisi-kondisi alamiah yang dapat menunjang kehidupan. Kepedulian lingkungan bukanlah sebagai cerminan kepentingan *green consumerism* semata-mata yang membela keamanan dan kenyamanan konsumen masa kini dalam kaitan dengan lingkungan hidup. Kepedulian lingkungan harus pula memasukkan generasi mendatang sebagai *stakeholder*.

Inilah salah satu alasan penting mengapa masalah-masalah lingkungan, semisal pencemaran lingkungan, pengurasan sumber daya ataupun peledakan penduduk harus diatasi. Kalau masalah-masalah itu tidak berhasil ditangani, maka kondisi lingkungan yang dihadapi oleh generasi-generasi yang akan datang akan sulit menopang kehidupan mereka. Untuk kepentingan generasi-generasi masa depan itulah, etika lingkungan dan kesadaran lingkungan perlu ditingkatkan dan disebarkan.

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan penelitian di beberapa perusahaan minuman berskala besar dan berskala menengah kebawah di wilayah kota Semarang dengan menggunakan metode kualitatif, maka hasil penelitian akan disajikan sebagai berikut :

##### **A. HASIL PENELITIAN**

###### **1. Gambaran Umum P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang**

Coca-Cola mulai diperdagangkan pada tahun 1932 oleh De Netherlands Indische Mineraal Water Febriek Jakarta di bawah manajemen Bernie Vonings dari Belanda. Setelah Proklamasi Kemerdekaan dan masuknya para pemegang saham dari Indonesia, perusahaan ini berganti nama menjadi Indonesia Beverages Limited (IBL). Tahun 1971 IBL menjalin kerjasama dengan tiga perusahaan Jepang : Mitsui Toatsu Chemical Inc., Mitsui&Co.Ltd., dan Mikuni Coca-Cola Bottling Co. membentuk PT. Djaya Beverages Bottling Company (DBBC). Pada tanggal 12 Oktober 1993, Coca-Cola Amatil Limited (CCA) sebuah perusahaan publik dari Australia yang merupakan pabrik pembotolan Coca-Cola terbesar di dunia untuk pabrikasi, distribusi dan pemasaran produk the Coca-Cola Company telah mengambil alih kepemilikan DBBC dan berubah namanya menjadi Coca-Cola Amatil Indonesia Jakarta. Sampai saat ini, CCAI didukung oleh 11

pabrik pembotolan dan sekitar 9.000 karyawan, melayani lebih dari 400.000 pelanggan di seluruh Nusantara.

Coca-Cola merupakan perusahaan yang paling berhasil beroperasi di Asia karena keunikan produk dan sistem pemasarannya serta pemahamannya terhadap pasar lokal/budaya lokal. Sebelas pabrik pembotolan yang ada di Indonesia terdapat di : Semarang, Bandar Lampung, Padang, Makasar, Medan, Surabaya, Bandung, Bali, Jakarta, Banjarmasin, dan Manado.

Perusahaan Coca-Cola di Jawa Tengah dirintis oleh dua orang pengusaha yaitu Bapak Partogius Hutabarat dan Bapak H.Mugijanto. Nama yang dipilih adalah PT.Pan Java Bottling Company, resmi didirikan pada tanggal 1 November 1974; tetapi perusahaan baru mulai memproduksi pada tanggal 5 Desember 1976. Karena perkembangan perusahaan yang begitu cepat, maka pada bulan April 1992 PT. Pan Java Bottling joint venture dengan Coca-Cola Amatil Limited, Australia sehingga sejak itu PT.Pan Java Bottling Co. berubah namanya menjadi PT.COCA-COLA PAN JAVA.

Jospeh A.Biedenharm, seorang pengusaha asal Vicksburg, Mississippi, tercatat sebagai bottler (pengusaha/pembotol minuman) Coca-Cola pertama pada tahun 1894. Ide menjual Coca-Cola dalam botol ini disambut oleh dua pengusaha terkenal dari Tennessee yang pada tahun 1899 mendirikan pabrik pertama di dunia. Pabrik yang dimodali penuh oleh pengusaha tersebut membeli concentrate (bibit minuman) dari The Coca-Cola Company lalu mengolah ramuan tersebut dengan air steril, gula murni dan gas CO<sub>2</sub>, hingga menjadi minuman Coca-Cola yang kemudian dikemas dalam botol. Inilah awal suatu sistem dagang yang unik dalam sejarah perdagangan yang disebut Franchised System (sistem waralaba) yaitu kerjasama yang saling

menguntungkan antara dua perusahaan (the Coca-Cola Company dan pabrik minuman) yang sama sekali terpisah modal kepemilikannya dan manajemennya. Sistem dagang yang sama berlaku untuk usaha Coca-Cola di seluruh dunia yang meliputi hampir 200 negara dengan tingkat konsumsi sebesar 900 juta porsi minuman setiap hari. Pada tahun 1996, sebanyak 13,7 milyar kotak/peti atau 328 milyar porsi produk Coca-Cola dikonsumsi masyarakat dunia.

Kini P.T. Coca-Cola Amatil Indonesia berubah nama menjadi P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia.

P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia Unit Semarang berlokasi di Jalan Raya Soekarno-Hatta Km.30 Ungaran -- Semarang dengan status Perusahaan Terbatas Penanaman Modal Asing/PMA. Luas keseluruhan pabrik 82.000 m<sup>2</sup>. Secara administratif terletak di Desa Harjosari, Kelurahan Harjosari, Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang. Lingkungan disekitarnya merupakan pemukiman penduduk dan lingkungan pabrik lainnya. Secara lengkap lokasi pabrik di batasi oleh :

- Sebelah Barat : Dusun Samban, Desa Samban, Kecamatan Bawen
- Sebelah Utara : Dusun Kebonan, Desa Jatijajar, Kecamatan Bergas
- Sebelah Timur : Jalan Raya Semarang Bawen, Dusun Kebonan
- Sebelah Selatan : Masuk Wilayah Desa Harjosari

Secara lengkap gambaran umum perusahaan dapat disajikan sebagai berikut :

- 1. Nama Perusahaan : P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia  
Unit Semarang
- 2. Nama Penanggung Jawab : Bpk. H.Ir. Pramono

3. Alamat Perusahaan : Jalan Raya Soekarno-Hatta Km.30  
Ungaran – Semarang
4. Nomor Telephone/Facsimile : (0298) 523333/Fax. (0298) 522303
5. Jenis Usaha : Minuman ringan (Soft Drink)
6. Status Penanaman Modal : PMA
7. Kapasitas Produksi
- Ijin : 65,0 Juta Liter/Tahun
  - Riil : 64,1 Juta Liter/Tahun
8. Ijin yang dimiliki
- Ijin Usaha Industri : 439/T/Industri/2000 & Persetujuan  
Perluasan 30/II/PMA/2001
  - Ijin HO : Nomor : 503/00531/2002
  - Nomor NPWP : 1.069.584.9-505
  - SIUP : 83/11.17/PB/VIII/1989
  - Ijin Pembuangan Limbah
  - Cair : Nomor : 660.3/KPDL/IX/002/2002
9. Nama sungai tempat : Sungai Kebonan Wonoboyo  
pembuangan limbah cair
10. Baku mutu limbah cair yang : Kep.51/MENLH/10/1995  
disyaratkan

PT.Coca-Cola Amatil Indonesia, saat ini dipimpin oleh manajemen yang handal, didukung oleh 1200 tenaga kerja. Telah memiliki KKB (Kesepakatan Kerja Bersama), dengan SPRTMM (Serikat Pekerja Rokok Tembakau Makanan dan Minuman) dan Koperasi Kendali Harta sebagai penunjang hubungan industrial. Pengembangan tenaga-tenaga muda

Indonesia merupakan prioritas utama. Sejak tahun 1990 sekitar 5000 rekanan Coca-Cola telah mengikuti berbagai aktivitas pelatihan. Melalui program peningkatan ketrampilan seluruh karyawan diberikan kesempatan untuk mengikuti program-program pelatihan baik yang diselenggarakan oleh trainer-trainer dari dalam maupun luar negeri.

Pusat pemasaran Coca-Cola Amatil Indonesia, Central Java Operation tersebar di wilayah Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Eks Karesidenan Madiun. Didukung oleh sembilan Sales Center dan sepuluh Sub Sales Center yang memiliki lebih dari 75.000 distri atau pengecer, mengisyaratkan besarnya dukungan ekonomi yang diberikan kepada keluarga-keluarga yang mempunyai usaha di sektor industri ini.

Minuman ringan tanpa alkohol Coca-Cola, Sprite, Fanta, Teh Hi-C dan air minum dalam kemasan dibuat dari bahan baku terpilih, dikemas secara higienis dalam botol dan kaleng. Ditangani secara teliti dan didukung fasilitas laboratorium yang lengkap dan modern dengan tenaga profesional dan terlatih, dengan standar Coca-Cola Quality.

Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi minuman adalah :

1. Air baku, yang berasal dari 11 sumur bor yang dimiliki perusahaan dengan kedalaman 85-110 m.
2. Gula industri, dengan kualitas SHS I (Super High Sugar Grade I) yang berasal dari Pabrik Gula Tasikmadu dan Madukismo sebagian lagi berasal dari Thailand yang dibeli melalui Bulog.
3. Konsentrat, dari P.T. The Coca-Cola Company, pemberi lisensi. Bahan ini khusus dibuat dengan resep yang dijaga kerahasiaannya, tetapi sudah bersertifikat Afi David (Kongres USA tentang kehalalan dan higienis)



4. CO<sub>2</sub>, yang dibeli dari P.T.Samator Gas dan P.T. PN Gas.

Rata-rata produksi per hari adalah 40.000 krat, dimana satu krat berisi 24 botol minuman dengan isi per botol 290 ml, sehingga total produksi perhari adalah 278.400 liter minuman ringan.

Sumber energi yang digunakan berasal dari 3 buah genset yang dimiliki dengan kapasitas masing-masing 400 KVA. Selain itu tersedia pula listrik dari PLN dengan kapasitas 2180 KVA.

Sebagian tenaga kerja berasal dari daerah sekitar pabrik. Bekerja 24 jam/hari dibagi dalam 3 shift dan bekerja 6 hari dalam seminggu. Tenaga kerja menurut status kepegawaian dan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 1 dan 2 berikut ini :

Tabel 1 : Daftar tenaga kerja berdasarkan status kepegawaian

Klasifikasi Pekerja	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Wanita	Jumlah
1. Manager Keatas	26	-	26
2. Staff	37	19	56
3. Buruh/karyawan	197	4	201
4. Karyawan Bongkar Muat	448	12	460
<b>T o t a l</b>	708	35	743

Tabel 2: Daftar tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan

Klasifikasi Pekerja	Pendidikan			
	SD	SLTP	SLTA	Akademi/PT
1. Manager ke atas	-	-	-	26
2. Staff	-	-	32	24
3. Buruh/karyawan	-	-	151	50
4. Karyawan Bongkar Muat	180	95	185	-
<b>Total</b>	180	95	368	100

## 2. Gambaran Umum P.T. Sinar Sosro Cabang Ungaran - Semarang

Teh dikenal di Indonesia sejak tahun 1686 ketika seorang Belanda bernama Dr.Andreas Cleyer membawanya ke Indonesia, yang pada saat itu penggunaannya hanya sebagai tanaman hias. Baru pada tahun 1728, pemerintah Belanda mulai memperhatikan teh dengan mendatangkan biji-biji teh secara besar-besaran dari Cina untuk dibudayakan di pulau Jawa. Usaha tersebut tidak berhasil dan baru berhasil pada tahun 1824. Sedangkan usaha perkebunan teh pertama dipelopori oleh Jacobson pada tahun 1828. Pada masa kemerdekaan, usaha perkebunan dan perdagangan teh diambil alih oleh pemerintah Republik Indonesia. Saat ini, perkebunan dan perdagangan teh juga dilakukan oleh pihak swasta.

Merk SOSRO yang sudah dikenal di masyarakat sebenarnya merupakan singkatan dari nama keluarga yaitu Sosrodjojo yang mulai merintis usaha Teh Wangi pada tahun 1940 di sebuah kota kecil di Jawa Tengah bernama

Slawi. Teh Wangi yang diperkenalkan pertama kali itu diantaranya bermerk Cap Botol.

Pada tahun 1965, Teh Wangi merek Cap Botol yang sudah terkenal di daerah Jawa mulai diperkenalkan di Jakarta. Pada waktu itu, teknik mempromosikan Teh Wangi Melati merk Cap Botol di Jakarta dinamakan *Strategi Promosi Cicip Rasa* dimana secara rutin beberapa staf yang dikoordinir oleh Bapak Soetjipto Sosrodjojo mendatangi tempat-tempat keramaian dengan menggunakan mobil dan alat-alat propaganda seperti memutar lagu-lagu untuk menarik perhatian dan mengumpulkan penonton.

Setelah berhasil mengumpulkan penonton cukup banyak, penonton yang ada tersebut dibagikan secara cuma-cuma contoh Teh Wangi Melati merk Cap Botol (sekarang disebut teknik sampling). Staf yang ada juga mendemokan cara menyeduh Teh Wangi Melati merk Cap Botol untuk dibagikan agar dapat dicicipi langsung oleh penonton agar mereka yakin bahwa ramuan Teh Wangi Melati merk Cap Botol adalah teh yang memiliki mutu dan kualitas yang baik.

Setelah mencoba beberapa kali, akhirnya ditempuh cara lain, yaitu air teh yang telah diseduh di kantor kemudian ditaruh di dalam botol-botol bekas limun/kecap yang telah dibersihkan terlebih dahulu untuk selanjutnya dibawa ke tempat-tempat kegiatan promosi Cicip Rasa berlangsung. Ternyata cara ini berjalan dengan baik dan terus dipakai selama bertahun-tahun.

Akhirnya pada tahun 1969 muncul gagasan menjual air teh siap minum dalam kemasan botol dengan merk Teh Botol Sosro. Merk tersebut dipakai

untuk mendompleng merk teh seduh Cap Botol yang sudah lebih dulu populer dan mengambil bagian dari nama belakang keluarga Sosrodjojo.

Kemunculan desain botol pertama adalah pada tahun 1970 dan desain botol tidak berubah, lebih dari 2 tahun. Untuk desain botol kedua yaitu pada tahun 1972 juga bertahan hingga 2 tahun. Dan pada tahun 1974, dengan didirikan P.T. Sinar Sosro di kawasan Ujung Menteng, maka desain botol Teh Botol Sosro berubah dan bertahan sampai sekarang. Pabrik tersebut, merupakan pabrik teh siap minum dalam kemasan botol pertama di Indonesia dan pertama di dunia.

Seperti telah diuraikan di muka bahwa pendiri usaha ini adalah keluarga Sosro di Slawi, yaitu Bapak Sosrodjojo (alm.) dan disebut sebagai generasi I dengan lokasi pemasaran masih berkisar di daerah sekitar Slawi dan Tegal (Jawa Tengah) dan berdomisili di Kota Slawi.

Kemudian bisnis yang semakin berkembang ini diteruskan oleh beberapa putra dari Bapak Sosrodjojo, yang disebut sebagai generasi II, yaitu :

- Bapak Soegiharto Sosrodjojo
- Bapak Soetjipto Sosrodjojo
- Bapak Soerjanto Sosrodjojo
- Bapak Soemarsono Sosrodjojo (alm.)

Pada generasi II inilah mulai merintis inovasi teh siap minum dengan pendistribusian secara nasional dan berkantor di kawasan Cakung - Bekasi. Pada era 90-an, bisnis keluarga SOSRO telah memasuki generasi III dengan pengembangan usaha minuman ke berbagai variasi cita rasa, target segmen, benefit dan kemasan. Setelah itu, cakupan distribusi produknya telah

merambah kawasan Internasional dan tetap menempati kantor usaha di wilayah Cakung.

P.T. Sinar Sosro Semarang berlokasi di Jalan Raya Semarang Bawen, km 28, dengan status Perseroan Terbatas Penanaman Modal Dalam Negeri. Luas keseluruhan pabrik 60.000 m<sup>2</sup>. Secara administratif terletak di Desa Bergas Kidul, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang.

Lingkungan sekitarnya merupakan pemukiman penduduk dan lingkungan pabrik lainnya.

Secara lengkap gambaran umum perusahaan dapat disajikan sebagai berikut:

1. Nama Perusahaan : P.T. Sinar Sosro Semarang
2. Nama Penanggung Jawab : Bp. Dadang Pramularto
3. Alamat Perusahaan : Jalan Raya Semarang Bawen, km.28  
Kabupaten Semarang
4. Telepon : (0298) 522745
5. Jenis Usaha : Industri Minuman ringan
6. Klasifikasi Industri : PMDN  
16/08/1989 ; 163/II/1988
7. Ijin yang dimiliki :  
Ijin HO : 07/07/1995 : 536/0455/1995  
Ijin Usaha Industri : 08/10/1992 : 279/I/INDUSTRI/1992  
Ijin Pengambilan dan Pe- : 24/06/1996 ; 503/2043  
manfaat Air Bawah Tanah 503/2044  
503/2045  
N P W P : 1.135.583.1 - 505

P.T. Sinar Sosro Semarang merupakan industri minuman ringan yang memproduksi teh botol dan teh kotak merek Sosro. Konsumennya adalah masyarakat luas. Kapasitas produksinya adalah 35.000 botol/jam, tiap-tiap botol berisi 220 ml. Sehingga sehari dapat memproduksi 840.000 botol, karyawan sehari bekerja 24 jam dengan dibagi dalam 3 shift.

Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi teh adalah air baku, gula pasir industri, bunga melati. Tanpa menggunakan bahan pengawet. Minuman teh yang telah diproduksi dapat bertahan hingga 1 tahun dalam kondisi tertutup rapat. Apabila botol telah dibuka, hanya dapat bertahan selama 8 jam.

Untuk mendapatkan bahan baku terbaik dengan kualitas unggul, maka keluarga Sosrodjojo memiliki sendiri perkebunan teh afiliasi yang tersebar di beberapa wilayah di Jawa Barat, yaitu : Garut dengan luas 455 hektar dengan ketinggian 1000 s/d 1250 meter di atas permukaan laut. Di Tasikmalaya dengan luas 732 hektar dengan ketinggian 800 s/d 950 meter di atas permukaan laut. Di Cianjur dengan luas 400 hektar dengan ketinggian 1000 s/d 1250 meter di atas permukaan laut. Sedangkan bunga melati dibeli dari perkebunan masyarakat di Slawi.

P.T. Sinar Sosro memiliki beberapa pabrik yang tersebar di pulau Jawa dan Sumatra, yaitu : di Jakarta (Cakung), Pandeglang, Ungaran, Surabaya, Medan, Gianyar dan Cibitung.

P.T. Sinar Sosro saat ini sudah memiliki beberapa aneka jenis produk dan kemasan, dari teh seduh, teh celup, dan teh siap minum bercita rasa buah. Karena mendapat dukungan dari sistem distribusi yang canggih, maka

produk-produk SOSRO berhasil menjangkau konsumen di seluruh pelosok propinsi di Indonesia.

Untuk memenuhi kebutuhan air dalam proses produksi, digunakan air dari sumur dalam (*deep well*) dengan kedalaman 150 m. P.T. Sinar Sosro Semarang memiliki 1 sumur yang digunakan untuk keperluan penduduk dan 2 sumur untuk keperluan produksi. Adapun jumlah pemakaian air sumur per bulan adalah sebagai berikut :

- Sumur I - 460 m<sup>3</sup> untuk keperluan penduduk
- Sumur II - 4.655 m<sup>3</sup> untuk keperluan produksi
- Sumur III - 2.531 m<sup>3</sup> untuk keperluan produksi

Sumber energi yang digunakan berasal dari PLN dan genset, yang digunakan apabila listrik padam atau dalam keadaan beban puncak.

Tenaga kerja sebagian berasal dari daerah di sekitar pabrik dan merupakan tenaga tetap. Tenaga kerja menurut bidang pekerjaan dan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 3 dan 4

Tabel 3 : Daftar tenaga kerja berdasarkan bidang pekerjaan

No.	Bidang Pekerjaan	Jumlah
1.	Kantor	25
2.	Bagian produksi	99
3.	Bagian bongkar muat	104
4.	Satpam	35
5.	Bengkel, taman, quality control	24
		287

Tabel 4 : Daftar tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Pasca Sarjana	1
2	Sarjana	12
3	D3	17
4	D2	1
5	SLTA	133
6	SLTP	94
7	SD	29
		287

Dari 287 tenaga kerja, terdiri dari 7 orang wanita dan 280 pria.

### 3. Bentuk penerapan Etika Ekobisnis Pada Perusahaan Minuman di Kota Semarang

Ada beberapa bentuk penerapan etika ekobisnis pada perusahaan minuman ringan di Kota Semarang, yaitu :

1. Tanggungjawab perusahaan pada lingkungan
2. Tanggungjawab sosial perusahaan
3. Tanggungjawab perusahaan pada tenaga kerja

Adapun uraiannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 3.1. Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan

Perusahaan minuman ringan berskala besar, sejak awal berdirinya telah mempunyai komitmen yang jelas untuk tetap menjaga dan melestarikan lingkungan. Perusahaan memiliki visi dan misi untuk “Tumbuh Bersama Lingkungan”, dan bertekad untuk :

- menghasilkan produk yang berkualitas;
- memberikan service yang optimal;
- karyawan yang terlatih.



Disamping itu, berusaha tunduk pada peraturan-peraturan pemerintah pusat maupun daerah, seperti peraturan tentang lingkungan hidup, baku mutu, dan ketentuan-ketentuan lain.

Umumnya perusahaan berskala besar sejak berdirinya telah menjalankan etika ekobisnis. Hal ini tampak dengan adanya Instalasi Pengolah Air Limbah untuk menghindari tercemarnya lingkungan dari kegiatan industri. Dalam menerapkan etika ekobisnis, perusahaan bertanggungjawab pada :

- lingkungan alam;
- lingkungan sosial;
- lingkungan tenaga kerja.

Hal ini sudah menjadi prasyarat pendirian pabrik dari pusat, karena pihak perusahaan tidak menginginkan lingkungan di sekitarnya tercemar oleh limbah yang dihasilkan oleh pabrik, sehingga dapat merugikan masyarakat di sekitarnya. Perusahaan bertekad untuk hidup bersama lingkungan, sehingga mau tidak mau lingkungan alam tetap harus dijaga kelestariannya.

Dalam proses produksi minuman ringan, ada 3 limbah yang dihasilkan, yaitu :

1. limbah cair,

yaitu sisa buangan air dari proses produksi. Setelah diolah dan tidak berbahaya, limbah cair tersebut sebagian dipergunakan untuk keperluan perusahaan, seperti : menyiram tanaman, mencuci mobil, dsb. Sebagian lagi dibuang melalui sungai kecil di sekitar pabrik, dimana air tersebut masih dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar, misalnya digunakan untuk :

- mengairi sawah;
- menyiram tanaman;
- mencuci pakaian;
- mandi,
- dsb.

## 2. limbah padat,

limbah padat yang dihasilkan antara lain berupa :

- beling/kaca;
- karung goni/karung plastik bekas gula;
- plastik krat;
- kertas/karton;
- karung dan plastik;
- sisa daun teh

Sisa daun teh diolah menjadi pupuk. Sistem pengolahannya ada dua, yaitu sistem termofil (metode alami dengan cara di jemur) dan sistem vermikompos (metode cacing). Pupuk yang dihasilkan dari limbah padat ini ada yang dijual pada perusahaan pertanian dan hasil penjualannya digunakan untuk kesejahteraan karyawan.

## 3. limbah gas,

limbah gas yang dihasilkan hanya berasal dari pemanas air (*boiler*) dan tidak berbahaya bagi lingkungan.

Kebisingan yang timbul dari mesin industri tidak terlalu mengganggu masyarakat. Karena kebisingan yang mengganggu dan berlangsung terus menerus dapat berakibat pada manusia, seperti :

- kelelahan, pemarah, gagap, emosi yang tinggi;
- kerusakan pendengaran yang menyebabkan tuli;
- gangguan melahirkan;
- denyut jantung tidak normal;
- akumulasi lemak pada pembuluh darah.

Setelah dilakukan pengolahan limbah, hampir tidak ada lagi limbah yang tersisa, disamping itu perusahaan juga tidak memiliki limbah B3 (Bahan Beracun dan Berbahaya). Yang dimaksud limbah B3 adalah setiap limbah yang mengandung bahan berbahaya dan/atau beracun yang karena sifat dan/atau konsentrasinya dan/atau jumlahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat merusak dan atau mencemarkan lingkungan hidup dan/atau membahayakan kesehatan manusia. Limbah yang digolongkan dalam limbah B3 adalah limbah yang memenuhi salah satu atau lebih ciri-ciri berikut :

1. mudah terbakar;
2. mudah meledak;
3. beracun;
4. menyebabkan infeksi;
5. bersifat reaktif;
6. bersifat korosif.

Pihak perusahaan secara rutin mengadakan pertemuan dan berkoordinasi dengan pemuka masyarakat setempat mengenai evaluasi lingkungan. Dari pertemuan ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan telah menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar dan memberikan informasi yang saling terbuka.

Perusahaan minuman berskala besar pada umumnya telah melakukan sertifikasi produk. Kualitas pengolahan dan produknya terjaga melalui sertifikasi ISO 9000. Sedangkan ISO 14000 merupakan sertifikasi sistem manajemen lingkungan (SML). ISO 14000 berlandaskan kepentingan untuk melestarikan dan melindungi lingkungan.

Penulis mengalami hambatan dalam melakukan penelitian pada perusahaan minuman berskala menengah ke bawah, karena pihak perusahaan tidak bersedia untuk diteliti dan tampaknya keberatan apabila kegiatan operasionalnya diketahui pihak lain.

Dari data yang berhasil diperoleh, diketahui bahwa pada umumnya perusahaan minuman berskala menengah ke bawah belum sepenuhnya menjalankan etika ekobisnis. Hal ini diketahui karena banyak yang tidak memiliki IPAL. Pada umumnya mereka tidak memiliki unit pengolah limbah, karena biaya pembuatan dan pengoperasian unit pengolah limbah dianggap mahal dan mereka merasa belum memiliki cukup modal untuk membuat unit pengolah limbah tersebut. Disamping itu mereka beranggapan bahwa limbah yang dihasilkan oleh kegiatan produksinya tidak berbahaya bagi lingkungan, sehingga air limbah cukup dibuang ke selokan yang ada di sekitar perusahaan, sedangkan limbah padat diambil oleh truk sampah dua hari sekali.

Dibawah ini adalah tabel penerapan etika ekobisnis yang dilakukan oleh perusahaan minuman berskala besar dan berskala menengah kebawah.

Tabel 5 : Bentuk Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan

No.	Skala Industri	Instalasi Pengolah Air Limbah (IPAL)	Limbah Padat	Limbah Cair
1	Besar	Ada	Diolah/ Daur ulang	Diolah
2	Menengah Kebawah	Belum ada*	Dibuang	Dibuang

\*) Pada umumnya perusahaan minuman kelas menengah kebawah belum memiliki instalasi pengolah limbah

Bapedalda (Badan Pengendali Dampak Lingkungan Daerah) Kota Semarang, memberikan keterangan bahwa pihaknya dalam aspek penegakan hukum lingkungan hanya berwenang sebatas memberikan peringatan saja bagi perusahaan-perusahaan yang tidak atau belum memiliki AMDAL dan IPAL. Sedangkan pihak yang berhak memberikan Ijin Gangguan (HO) adalah Dinas Tata Kota dan Pemukiman. Adapun Ijin Perpanjangan Usaha ada dibawah wewenang dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Pemerintah

Daerah Kota Semaranglah yang berhak memutuskan apakah suatu perusahaan karena aktivitasnya yang dianggap membahayakan lingkungan dan masyarakat perlu ditutup atau tidak.

Selain mempunyai kewenangan dalam memberikan peringatan terhadap perusahaan-perusahaan yang “nakal”, Bapedalda juga bertugas :

- melakukan pengawasan AMDAL
- melakukan pendekatan terhadap perusahaan mengenai dampak lingkungan
- membuat peringatan keras khususnya pada perusahaan yang berskala ekspor apabila perusahaan tersebut merusak dan mencemari lingkungan
- selalu memberikan nasehat agar perusahaan mematuhi aturan-aturan lingkungan hidup

### **3.2. Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Perusahaan Coca-Cola mempunyai tanggungjawab sosial yang tinggi, sehingga sejak berdirinya hingga saat ini keberadaan perusahaan Coca-Cola diterima dengan baik oleh masyarakat di sekitar perusahaan dan masyarakat pada umumnya.

Khususnya masyarakat di sekitar pabrik, senantiasa dilibatkan dalam aktivitas sosial perusahaan. Kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat di sekitar pabrik, antara lain diwujudkan dalam bentuk :

1. Poliklinik Perusahaan, yang mana poliklinik ini terbuka bagi masyarakat, dan diberikan pelayanan gratis bagi warga prasejahtera. Disediakan dokter 3 x seminggu dan tenaga paramedis jaga selama 12jam/hari.

2. Mesjid Ar-Rahman, yang berlokasi di sekitar pabrik dengan kapasitas 700 jamaah, yang dapat digunakan oleh masyarakat. Pihak perusahaan mempunyai program pengajian 3 x setahun, termasuk 1 x Idul Qurban yang melibatkan masyarakat setempat. Disamping itu setiap bulan Ramadhan disediakan kurma 1 kg dan 2 krat Coca-Cola setiap hari untuk berbuka puasa.
3. Ambulans, siap selama 24 jam/hari dan gratis bagi masyarakat sekitar untuk rujuk ke Rumah Sakit terdekat (Ambarawa, Salatiga dan Ungaran), selebihnya membayar Rp 200,- per kilometer.
4. Truck pemadam kebakaran, gratis untuk masyarakat dan bangunan sosial lain sekabupaten Semarang. Sedangkan bangunan komersial/perusahaan dapat meminjam dan dikenakan biaya Rp 250.000/tangki.
5. Beasiswa bagi murid SLTP sekitar 50 anak per tahun, masing-masing Rp 300.000/tahun.
6. Bantuan ke 7 Panti Asuhan dan Panti Werda berupa beras 100kg/bulan.
7. Bingkisan produk gratis sebanyak 1 krat/kepala keluarga untuk 1100 kepala keluarga di lima pedukuhan sekitar, dan diberikan seminggu sebelum Idul Fitri.
8. Plant Visit, program bagi institusi pendidikan, umum, dsb ke pabrik setiap hari Selasa s/d Jum'at dengan maksimal 300 peserta karyawan. Setahun rata-rata menerima 12.000 pengunjung.
9. Donor darah, rata-rata 75 orang setiap 3 bulan sekali, di Poliklinik melalui PMI Jawa Tengah.
10. Program Praktek Kerja Lapangan/PKL bagi 26 orang/bulan masing-masing 2 orang di tiap departemen, termasuk bimbingan tugas akhir.

11. Program-program lain yang bersifat insidental :

- Bantuan air bersih desa-desa kekeringan lebih kurang 100 tangki/tahun
- Pipa air untuk saluran air bersih
- Material pengerasan jalan/gapura/talut air sesuai dengan kebutuhan lingkungan, termasuk pavingisasi Sekolah Dasar/SD.
- Khitanan massal, pengobatan gratis, penyuluhan gizi dsb.
- Sponsorship berbagai kegiatan masyarakat
- Bantuan penghijauan lingkungan
- Bantuan komputer bekas pakai ke lembaga pendidikan maupun sosial

Suatu perusahaan yang baik tentu ingin diterima keberadaannya oleh masyarakat di sekitar lokasi pabrik maupun masyarakat luas. Jadi ada tanggungjawab sosial yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Perusahaan minuman Teh Sosro sering melibatkan penduduk di sekitar pabrik dalam kegiatan sosialnya. Adapun tanggungjawab sosial perusahaan Teh Sosro diwujudkan dalam bentuk :

- Menyediakan 1 sumur untuk keperluan penduduk
- Setiap tanggal 17 Agustus mengadakan bakti sosial ke panti asuhan, korban banjir dan menjadi donor darah melalui PMI
- Memberikan sumbangan untuk perbaikan jalan dsb.
- Melaksanakan penghijauan (bersifat insidental)

Dari wawancara sekilas dengan seorang karyawan pada perusahaan minuman kelas menengah, diperoleh data bahwa pada prinsipnya perusahaan-perusahaan tersebut telah menjalankan fungsi sosial. Sebagai contoh fungsi sosial yang dijalankan perusahaan ini adalah dengan



memberikan bantuan paket lebaran pada masyarakat di tingkat kelurahan, khususnya menjelang Hari Raya Idhul Fitri.

Tabel 6 : Bentuk tanggungjawab sosial perusahaan

No.	Skala Industri	Poliklinik	Mushola/ Mesjid	Bantuan Kepada Masyarakat
1.	Besar	Ada	Ada	Ada
2.	Menengah Kebawah	Belum ada*	Ada	Ada

Sumber : Hasil wawancara yang diolah

\* Pada umumnya perusahaan menengah kebawah belum memiliki poliklinik

### 3.3. Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja

Perusahaan Coca-Cola juga bertanggungjawab terhadap kesejahteraan karyawannya, karena tanpa dukungan mereka mustahil perusahaan dapat berjalan dengan baik. Bentuk tanggungjawab pada tenaga kerja antara lain :

- Gaji normatif yang diberikan pada karyawan 10% di atas UMK.
- Asuransi karyawan menggunakan JAMSOSTEK.
- Karyawan dapat memiliki saham perusahaan dengan potongan gaji maksimal 3% dari gaji bulanan dengan ketentuan khusus lainnya.
- Koperasi karyawan, dimana di dalamnya dimasukkan hasil penjualan limbah sebesar Rp 70 juta/tahun untuk kesejahteraan karyawan.

Sejak berdiri hingga saat ini, perusahaan Coca-Cola tidak pernah menghadapi demo dari masyarakat maupun dari karyawan.

P.T. Sinar Sosro juga bertanggungjawab terhadap kesejahteraan karyawannya, tanpa dukungan mereka perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik. Adapun kesejahteraan yang diberikan pada karyawan antara lain berupa :

- Gaji karyawan 10% di atas UMK;
- Penghargaan berupa emas seberat 10 gram bagi karyawan yang telah bekerja lebih dari 10 tahun;
- Tunjangan Hari Raya dan bingkisan, serta tunjangan akhir tahun;
- Poliklinik karyawan dan disediakan tenaga dokter;
- Karyawan menjadi anggota ASTEK (termasuk isteri dan 3 orang anak);
- Dana pensiun masuk dalam JAMSOSTEK dimana karyawan dipotong 2% dari gaji dan 3,7% dari gaji pokok setiap bulannya;
- Perusahaan menyediakan mesjid khusus untuk karyawan;
- Disediakan locker pakaian dan locker sepatu;
- Rekreasi dengan keluarga diadakan setahun sekali;
- Sampai saat ini karyawan belum dapat memiliki saham perusahaan;
- Koperasi menyediakan kebutuhan karyawan dan pupuk hasil limbah padat yang telah diolahpun dijual melalui koperasi.

Sejak berdiri hingga saat ini, perusahaan teh Sosro tidak pernah menghadapi demo, baik yang dilakukan oleh masyarakat maupun oleh karyawan sendiri. Hal ini menunjukkan adanya kepuasan kerja karyawan dan keberadaan perusahaan diterima dengan baik oleh masyarakat.

Umumnya perusahaan minuman kelas menengah kebawah memiliki tenaga kerja kurang lebih 100 orang, dan memiliki tenaga kontrak apabila permintaan produksi meningkat.

Perusahaan minuman kelas menengah kebawah, pada umumnya telah melaksanakan tanggungjawab pada tenaga kerja, antara lain memberikan upah 10% di atas UMK, karyawan memperoleh THR serta bingkisan menjelang

Hari Raya. Disamping itu, perusahaan juga mengikutsertakan karyawannya menjadi anggota ASTEK.

Dibawah ini adalah tabel bentuk tanggungjawab perusahaan pada tenaga kerja.

Tabel 7 : Bentuk tanggungjawab perusahaan pada tenaga kerja

No.	Skala Industri	Gaji/Upah Tenaga Kerja	Asuransi Tenaga Kerja	Koperasi Karyawan
1	Besar	10% di atas UMK	Ada	Ada
2	Menengah	Sesuai UMK*	Ada	Belum ada*

Sumber : Hasil wawancara yang diolah

\* Pada umumnya perusahaan menengah kebawah memberikan upah sesuai dengan UMK. Koperasi karyawan umumnya belum ada.

#### 4. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Etika Ekobisnis

Dari penelitian yang telah dilakukan, hampir tidak ada kendala yang dihadapi perusahaan Coca-Cola dalam menerapkan etika ekobisnis, karena sejak awal berdirinya, pihak perusahaan telah mempunyai visi dan misi yang jelas mengenai pentingnya hidup bersama lingkungan, baik lingkungan alam, lingkungan sosial, maupun lingkungan tenaga kerja. Hal ini sudah merupakan prasyarat bagi pendirian pabrik Coca-Cola di seluruh dunia. Bahkan pihak perusahaan menyiapkan dana khusus untuk pengoperasian alat pengolah limbah setiap bulannya. Perusahaan juga rutin membuat laporan bulanan, tiga bulanan maupun enam bulanan/semester yang dikirimkan kepada instansi pemerintah terkait, seperti Dinas Pertambangan Propinsi, Bapedal Propinsi, Kapedalda Kabupaten dan Diperindag, agar instansi terkait dapat memantau

kegiatan dan perkembangan perusahaan, dan mengetahui tingkat pencemaran yang dilakukan oleh perusahaan Coca-Cola.

Perusahaanpun dengan tertib membayar retribusi penggunaan sumur bor (*deep well*) kepada Dinas Pendapatan Daerah/Dipenda setempat.

Karena bahan baku pembuatan minuman ringan adalah air, pihak perusahaan sadar betul bahwa dengan mengeksploitasi air secara proporsional tidak akan merugikan, mengingat nilai tambah yang dihasilkan bermanfaat bagi masyarakat sekitar dan upaya pelestariannya senantiasa diusahakan.

Sejak berdirinya perusahaan teh SOSRO di Ungaran - Semarang, telah ada keharusan dari pusat (Jakarta) bahwa perusahaan harus senantiasa menjaga kelestarian lingkungannya. Jangan sampai merusak lingkungan di sekitar pabrik dan merugikan masyarakat pada umumnya. Lingkungan alam tetap harus dijaga kelestariannya. Oleh sebab itulah perusahaan sejak awal telah mendirikan Instalasi Pengolah Air Limbah (IPAL) dan melaksanakan Analisa Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Karena dengan kesadarannya sendiri perusahaan melaksanakan dan mematuhi aturan-aturan pemerintah tentang lingkungan hidup, maka hampir tidak ada kendala yang dihadapi dalam menerapkan etika ekobisnis dalam perusahaan.

Kendala yang dihadapi oleh perusahaan minuman kelas menengah kebawah dalam menerapkan etika ekobisnis, menurut Bapedalda adalah sebagai berikut :

1. Dari sisi sikap, pihak perusahaan sendiri tidak mempunyai etika untuk menjalankan perusahaan yang berwawasan atau ramah lingkungan, artinya perusahaan tersebut enggan menjalankan etika ekobisnis.

2. Dari sisi ekonomis, perusahaan tidak menjalankan etika ekobisnis karena dianggap dengan menjalankan etika ekobisnis biaya produksi akan meningkat, sedangkan perusahaannya adalah perusahaan menengah yang keuntungannya tidak terlalu besar.

Karena kewenangan Bapedalda dalam menegakkan hukum lingkungan hanya sebatas memberi peringatan saja terhadap perusahaan yang tidak taat pada peraturan yang ada, sehingga Bapedalda merasa perlu untuk meminta pada Walikota agar diberi kewenangan untuk menutup saluran limbah bagi perusahaan yang “nakal”.

Rendahnya Sumber Daya Manusia yang ada pada Bapedalda, juga merupakan kendala bagi instansi ini dalam menjalankan tugasnya.

Bapedalda memberikan informasi bahwa banyak perusahaan yang telah memiliki izin, tetapi hasil pelaksanaannya rendah sekali, khususnya dalam memeriksakan kualitas limbah yang dihasilkan oleh perusahaannya.

Sebagai contoh upaya Pemerintah Kota Semarang dalam menjaga dan melestarikan lingkungan adalah dengan membuat Unit Pengolah Limbah Terpadu. Saat ini Pemerintah kota bersama dengan instansi terkait, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) serta bantuan dana dari Luar Negeri (Jepang) sedang membuat Unit Pengolah Limbah Terpadu yang berlokasi di Lamper Tengah, Kelurahan Tandang, khususnya untuk industri tahu.

## **5. Pengaruh Etika Ekobisnis Terhadap Pengembangan Perusahaan**

Perusahaan minuman ringan berskala besar, menyadari benar arti pentingnya menjalankan etika ekobisnis. Karena pihak perusahaan mempunyai tanggungjawab moral untuk menjaga dan melestarikan lingkungan hidup. Dimana kepentingan lingkungan harus diberi prioritas tinggi dalam segala rencana dan kegiatan produsen.

Dalam menjalankan etika ekobisnis, perusahaan tidak saja bertanggungjawab pada lingkungan hidup, tetapi juga bertanggungjawab pada lingkungan sosial dan lingkungan tenaga kerja. Karena tanpa dukungan lingkungan sosial dan lingkungan tenaga kerja, mustahil perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Dengan menjalankan etika ekobisnis banyak manfaat yang diperoleh perusahaan minuman ringan berskala besar, dalam upaya mengembangkan perusahaan, antara lain :

- Volume penjualan bertambah;
- Perolehan laba meningkat;
- Penguasaan pangsa pasar;
- Melakukan ekspansi pemasaran;
- Tenaga kerja yang diserap;
- Jenis produk yang dihasilkan bertambah;
- Dan lain sebagainya.

Bagi perusahaan minuman kelas menengah ke bawah, belum dapat merasakan pengaruh etika ekobisnis terhadap pengembangan usahanya. Karena pada umumnya mereka belum melaksanakan etika ekobisnis. Mereka beranggapan jika melaksanakan etika ekobisnis, biaya produksi akan meningkat, yang berarti meningkat pula harga produk yang dihasilkan. Sehingga mereka tidak mampu bersaing dengan produk lain sejenis yang harganya lebih murah.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Bentuk Penerapan Etika Ekobisnis Pada Perusahaan Minuman di Kota Semarang**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan pembahasan sebagai berikut :

Pengertian etika sering dikaburkan dengan moral, maka perlu dipahami terlebih dahulu perbedaan antara keduanya.

Menurut Franz Magnis Suseno, moralitas adalah sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik sebagai manusia. Sistem nilai ini terkandung dalam ajaran berbentuk petuah-petuah, nasehat, wejangan, peraturan, perintah dan sebagainya yang diwariskan secara turun temurun melalui agama atau kebudayaan tertentu tentang bagaimana manusia harus hidup secara baik, agar ia benar-benar menjadi manusia yang baik. Moralitas adalah tradisi kepercayaan, dalam agama atau kebudayaan, tentang perilaku yang baik dan buruk. 84)

---

84) Franz Magnis Suseno, 1987, *Etika Dasar, Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius, hal.14

Etika dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. 85)

Pengertian lain etika adalah usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk bisa dijadikan sasaran dalam hidup. 86)

Moral adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi sama, yaitu memberi orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Bedanya moralitas langsung mengatakan “inilah cara kita harus melangkah” sedangkan etika justru mempersoalkan apakah kita harus melangkah dengan cara itu? Dan mengapa harus dengan cara itu? Dengan demikian moralitas bisa saja sama, tetapi sikap etis bisa berbeda antara satu orang dengan orang lainnya dalam masyarakat. 87)

Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia untuk

---

85) A. Sonny Keraf & R.H. Imam, 1995, *Etika Bisnis : Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius, hal.21

86) O.P. Simorangkir, 1986, *Etika Bisnis*, Jakarta : Yagart, hal.5

87) A. Sonny Keraf, op.cit.



mempertanggungjawabkan tindakannya itu, karena memang ada alasan-alasan dan pertimbangan-pertimbangan yang kuat mengapa ia bertindak, jadi kebebasan dan tanggungjawab adalah kondisi dasar bagi pengambilan keputusan. Permasalahan etika dalam kehidupan sehari-hari berkisar pada masalah benar atau salah, wajar atau tidak, jujur atau tidak, tepat atau tidak, bertanggungjawab atau tidak, dan lain-lain.

Tindakan-tindakan manusia yang dilandasi oleh etika (yaitu kemauan untuk berargumentasi secara rasional dan kritis) pada gilirannya akan membuahkan tindakan-tindakan etis. Walaupun tindakan etis ini mempunyai batasan yang luas serta banyak mempunyai sudut pandang, akan tetapi secara garis besar tindakan etis seseorang itu bisa diidentifikasi dari akibat-akibat yang ditimbulkan.

Pada sisi yang minimum, tindakan etis akan berusaha untuk tidak (menghindari) menyinggung perasaan orang/pihak lain atau tidak menyakiti. Sedangkan pada sisi ekstrim tindakan etis berusaha untuk tidak merugikan orang/pihak lain (harta maupun nyawa) 88)

Tindakan-tindakan etis inilah yang secara akumulatif akan membentuk kebiasaan seseorang (habit), sifat (karakter), maupun kepribadian (personality), bahkan juga akan berpengaruh pada etos kerja yang dimiliki.

Sebaliknya suatu tindakan yang tidak etis yang berulang kali dilakukan, secara akumulatif juga mempunyai potensi yang demikian.

---

88) Redi Panuju, 1995, *Etika Bisnis : Tinjauan empiris dan kiat mengembangkan bisnis sehat*, Jakarta, P.T. Gramedia, hal.5

Jika etika pada umumnya membahas masalah benar atau salah, wajar atau tidak, jujur atau tidak, tepat atau tidak, serta bertanggungjawab atau tidak. Selanjutnya etika bisnis membahas hal tersebut dalam kaitannya dengan kenyataan konsep dan praktek bisnis. Bisnis adalah usaha atau proses pertukaran jasa atau produk dalam rangka pencapaian nilai tambah. Dalam proses ini berbagai masalah bisa muncul. Ada masalah yang umum, ada masalah yang merupakan karakteristik dunia bisnis. Etika bisnis membahas masalah-masalah bisnis yang terkait dengan standar moral, bagaimana integritas antara mencapai nilai tambah tetap berkembang sejalan dengan standar-standar moral yang mendasari usaha manusia mencapai keutuhan dan perkembangan segala aspek merupakan fokus pembahasannya. 89)

Masalah etika bisnis timbul jika terjadi konflik tanggungjawab, atau konflik loyalitas. Hal ini muncul karena kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain bertabrakan atau berseberangan, sehingga kepentingan orang lain dikorbankan demi kepentingan diri sendiri atau kelompok sendiri dalam praktek bisnis.

Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa kemajuan di bidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaannya.

Jika kita mengamati dunia bisnis, maka faktor-faktor yang menentukan bukanlah semata-mata pada keuntungan saja. Pengadaan bisnis itu sendiri sudah merupakan suatu putusan moral yang ditentukan secara sosial. Bisnis adalah bagian dari masyarakat. Bisnis yang sejati harus mempunyai hak dan

---

89) Robby I.Chandra, 1995, *Etika Dunia Bisnis*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius, hal.42

tempat dalam pemikiran dan diskusi tentang masalah-masalah sosial dan masa depan masyarakat. Dalam hal ini etika bisnis dapat membantu menjernihkan berbagai isu serta menyajikan teknik-teknik untuk mengatasi dan mencari jalan keluar dengan efektif. 90)

Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa ada relevansi antara etika bisnis dengan keadaan masyarakat (*in concreto*) tindakan dari para pelaku bisnis itu sendiri. Hal ini berarti etika bisnis dapat mempengaruhi perilaku bisnis para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

Etika bisnis merupakan pembatasan terhadap perilaku seseorang, karena dalam realita etika bisnis bukan saja sesuatu yang timbul dari diri seseorang, akan tetapi juga merupakan tuntutan dari masyarakat kepada pelaku bisnis untuk berbisnis dalam jalur etika. Ini berarti etika bisnis dapat mempengaruhi pelaku bisnis dalam melakukan kegiatannya.

Tetapi sekarang pelaku bisnis tidak saja dituntut untuk menjalankan etika bisnis, tetapi juga dituntut untuk menjalankan etika ekobisnis. Dimana pelaku usaha harus memperhatikan lingkungannya, baik lingkungan alam, lingkungan sosial, maupun lingkungan tenaga kerja. Lingkungan alam perlu mendapat perhatian agar pelaku usaha tidak mencemari dan merusak lingkungan sebagai akibat aktivitas bisnisnya.

### **1.1. Tanggungjawab Perusahaan Pada Lingkungan**

Dalam berbisnis, tidak dapat dipungkiri bahwa peran serta masyarakat

---

90) O.P. Simorangkir, op.cit., hal.46

sangat besar. Baik masyarakat sebagai konsumen maupun masyarakat yang bekerja di perusahaan untuk membantu jalannya roda perusahaan. Sehingga keberadaan masyarakat sangat besar artinya bagi perusahaan. Oleh sebab itu kepentingan masyarakatpun harus diperhatikan oleh pelaku usaha, sedapat mungkin keberadaan suatu perusahaan tidak mengganggu kehidupan masyarakat di sekitarnya dan tidak mencemari lingkungannya. Seperti kita ketahui pencemaran dan perusakan lingkungan terbesar dilakukan oleh perusahaan. Sehingga diharapkan pelaku usaha senantiasa menjaga lingkungan disekitarnya baik dari pencemaran maupun dari perusakan sebagai akibat dari kegiatan usahanya.

Dari sinilah mulai timbul kesadaran pelaku usaha tidak saja harus menerapkan etika bisnis tetapi juga menerapkan etika ekobisnis, yaitu etika bisnis yang berwawasan lingkungan. Tidak saja menjaga dan melestarikan lingkungan alam, tetapi juga lingkungan sosial dan lingkungan tenaga kerja.

Sesungguhnya permasalahan lingkungan bukanlah permasalahan baru, yang baru adalah kesadaran kita bahwa ulah manusia yang menimbulkan gangguan terhadap lingkungan beserta akibat-akibatnya. Disadarinya permasalahan lingkungan hidup yang disebabkan karena ulah manusia, karena diketahui adanya ancaman terhadap kelangsungan kehidupan manusia, flora dan fauna serta jasad hidup lainnya. Disadari karena adanya daya dukung lingkungan terhadap kehidupan yang menurun. Kualitas lingkungan telah menurun, sehingga ia kurang atau tidak dapat lagi berfungsi sebagaimana mestinya, terhadap kehidupan yang disangganya. Kesadaran itu juga muncul karena cepat tersebarnya informasi tentang masalah lingkungan.

Dengan kemajuan teknologi telekomunikasi informasi tersebut menyebar dengan luas dan cepat ke segala penjuru dunia.

Bagi negara berkembang seperti Indonesia, tentu mendambakan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang pesat. Karena industri dianggap mampu membuka lapangan kerja, memproduksi barang-barang yang semula diimpor, mendorong pertumbuhan teknologi dan pembangunan. Kita berusaha agar dapat mencapai tujuan sebagai negara industri modern, sehingga dapat menumbuhkan laju perekonomian di Indonesia.

Kegiatan industri tidak saja menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, tetapi ada juga hasil sampingan yang dihasilkan yaitu limbah. Dengan demikian kemajuan di bidang industri akan menambah beban pada daya dukung sumber daya alam dan daya dukung lingkungan dalam mencerna limbah industri. Kedua faktor tersebut akan menimbulkan permasalahan lingkungan. Jadi masalah yang kita hadapi adalah, kemajuan dari segi pertumbuhan ekonomi yang disertai kemunduran pada daya dukung sumber alam dan lingkungan hidup. Sehingga perlu ada pemikiran konseptual yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang disertai usaha mencegah dan menanggulangi pencemaran dan kerusakan lingkungan, paling tidak konsepsi yang mampu menekan dampak negatif industri tersebut seminimal mungkin. Konsepsi ini bertolak pada asas manfaat dan resiko lingkungan yang dihubungkan dengan kegiatan pembangunan. Pemikiran ini melahirkan konsep AMDAL. Pelaksanaan AMDAL di bidang industri dilandasi pertimbangan untuk menginternalisasikan berbagai aspek lingkungan hidup ke dalam proses industri.

Permasalahan yang kita hadapi sekarang adalah bagaimana melaksanakan pembangunan yang tidak merusak lingkungan dan sumber-sumber daya alam, sehingga pembangunan dapat meningkatkan kemampuan lingkungan dan sumber-sumber daya alam dalam mendukung kelanjutan pembangunan.

Penyelenggaraan pengelolaan lingkungan hidup dalam rangka pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup harus didasarkan pada norma hukum yang memperhatikan tingkat kesadaran masyarakat dan perkembangan lingkungan global serta perangkat hukum internasional yang berkaitan dengan lingkungan hidup.

Unsur lingkungan merupakan nilai positif yang perlu dikembangkan dan perlu mendapat dukungan dari semua pihak, terutama apabila dikaitkan dengan perkembangan perekonomian internasional yang cenderung memunculkan blok perdagangan dan peraturan-peraturan yang mengikat serta persyaratan yang baru.

Blok-blok perdagangan tersebut nampaknya sudah memberlakukan kondisi dan strategi baru guna menghambat arus masuknya produk-produk dari kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. Hal ini dilakukan dengan menetapkan isu *ecolabelling*; label yang dicantumkan pada produk-produk yang ramah lingkungan, *International Standard Organization (ISO)* seperti ISO 14001 sebagai persyaratan khusus termasuk di dalamnya manajemen lingkungan sebagai salah satu aspek yang mutlak harus dipertimbangkan. 91)

---

91) Surna T.Djajadiningrat, Imam Hendargo, Rijaluzzaman, *Ecolabelling dan Kecenderungan Lingkungan Hidup Global*, Bina Pariwara, Jakarta, 1995, hal.14

Mau tidak mau Indonesia dituntut agar mampu bersaing secara terbuka dengan cara menyesuaikan diri dengan standar kualitas produk yang berlaku dalam mekanisme perdagangan dunia. Upaya internalisasi lingkungan ke dalam produksi akan menurunkan biaya produksi dan meningkatkan daya saing disamping meningkatkan citra produksi Indonesia di pasar Internasional.

Indonesia harus pula berjuang agar tidak dirugikan dalam dunia internasional, karena itu Indonesia harus mempersiapkan diri berusaha keluar untuk menghadapi dunia internasional dan ke dalam untuk mengusahakan dapat terlaksananya usaha-usaha yang dapat menghindarinya atau paling sedikit mengurangi resiko terjadinya masalah lingkungan. 92)

Pengelolaan lingkungan hidup telah berkembang, sehingga sebagai dasar hukum lingkungan Undang-Undang Nomor 4 tahun 1982 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup disempurnakan dengan menetapkan Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup yang kini dijadikan dasar hukum bagi berbagai pihak dalam rangka penegakan hukum dan pengelolaan lingkungan hidup.

Penegakkan hukum adalah kegiatan menyerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan dalam kaidah-kaidah atau pandangan-pandangan yang mantap dan mengejawantahkan dalam sikap tindak sebagai rangkaian

---

92) Otto Soemarwoto, *Indonesia Dalam Kancah Isu Lingkungan Global*, Gramedia, Jakarta, 1992, hal.290

penjabaran nilai tahap akhir, untuk menciptakan (sebagai *social engineering*) dan mempertahankan (sebagai *social control*) kedamaian pergaulan hidup.' 93)

Menurut Lili Rasjidi bahwa ada fungsi ganda dari pembangunan ekonomi yaitu pada satu sisi berfungsi untuk meningkatkan kualitas hidup manusia (progresif) sedang sisi lainnya dapat memerosotkan kualitas hidup manusia (regresif), sehingga pembangunan dapat melakukan perubahan yang bermakna positif dan bermakna negatif. 94)

Oleh karena itu penting untuk diperhatikan prinsip-prinsip utama dari pembangunan berkelanjutan, yaitu :

- keadilan antar generasi (*intergenerational equity*)
- keadilan dalam satu generasi (*intragenerational equity*)
- prinsip pencegahan dini (*precountionary principle*)
- perlindungan keragaman hayati (*conservation of biological diversity*)
- internalisasi biaya lingkungan

Prinsip-prinsip tersebut kemudian disebut sebagai prinsip pokok dari pembangunan berkelanjutan dan berwawasan lingkungan. 95)

Bagi sebuah perusahaan, konsumen adalah raja. Nasib perusahaan ada di tangan konsumen. Begitu pentingnya konsumen di mata perusahaan, seringkali justru mereka terlupa bahwa di era komunikasi global saat ini

---

93) Purnadi Purbacaraka, dikutip Soerjono Soekanto, *Penegakkan Hukum*, Bina Cipta, 1983, hal.13

94) Lili Rasjidi dan IB Wijaya Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1993, hal.121

95) Mas Achmad Sartosa, *Aktualisasi Prinsip-prinsip Pembangunan Berkelanjutan yang Berwawasan Lingkungan dalam Sistem dan Praktek Hukum Nasional*, Jurnal Hukum Lingkungan, Tahun III ICEL, Jakarta, 1996, hal.2



definisi "konsumen" tadi perlu sedikit direvisi karena yang menentukan mati-hidupnya perusahaan bukan sekedar "konsumen" langsung tapi juga lingkungan dan publik yang berkepentingan dengan perusahaan tadi.

Banyak contoh menunjukkan bahwa mengabaikan masalah lingkungan dapat berakibat fatal bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Kemarahan masyarakat karena tercemarnya lingkungan mereka, umumnya berlanjut dengan tuntutan ganti rugi. Bila tuntutan tersebut diberitakan secara meluas oleh media massa, perusahaan yang bersangkutan harus siap menderita kerugian lain : rusaknya citra mereka. Jatuhnya citra sebuah perusahaan berarti hilangnya investasi yang tak ternilai.

Di era 80-an sampai awal 90-an, perhatian para pelaku bisnis dunia masih berkutat di seputar kepuasan pelanggan yang diwujudkan dalam bentuk inovasi di bidang manajemen mutu, manajemen hubungan pelanggan dan manajemen informasi. Tren tersebut mendorong dibentuknya standar Internasional seri ISO 9000 yang mengatur manajemen mutu. Seiring dengan berkembangnya tuntutan konsumen yang semakin kritis dan tidak sekedar puas dengan mutu barang atau jasa yang dibelinya, tapi juga dengan reputasi perusahaan tersebut terhadap lingkungannya. Tuntutan konsumen ini tidak lepas dari kegiatan para aktivis lingkungan yang terus menyuarakan betapa pentingnya pelestarian lingkungan jika ingin langgeng hidup di bumi ini, termasuk langgeng dalam berbisnis.

Semakin tinggi tuntutan konsumen, terutama konsumen di negara maju yang memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi akhirnya melahirkan standar sistem manajemen lingkungan yang dikenal sebagai seri ISO 14000.

Fokus ISO 14000 adalah bagaimana menciptakan pengembangan bisnis yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada sistem manajemen lingkungan. Ide tersebut tercetus pada Konferensi PBB tentang Pembangunan Lingkungan di Brazil, 1992. ISO sebagai organisasi internasional yang mengurus masalah standar, akhirnya mengeluarkan standar baru yaitu ISO 14000, melengkapi seri ISO 9000 yang hanya sebatas menyentuh masalah lingkungan.

Besarnya tekanan konsumen negara maju terhadap produk akrab lingkungan, menjadikan sistem manajemen lingkungan sebagai suatu keharusan. Sebagai contoh, Februari 2002 diberitakan di media massa nasional tentang kepanikan para eksportir udang akibat ditolaknya udang asal Indonesia oleh Jepang karena dituduh tercemar chloramphenicol (sejenis antibiotik yang diduga menimbulkan anemia dan leukemia). Langkah Jepang ini menyusul penolakan yang sama yang dilakukan Eropa dan Amerika. Sebelumnya juga diberitakan bahwa WWF (*World Wild Fund*) Indonesia juga telah mengingatkan industri kelapa sawit Indonesia agar menerapkan sistem manajemen lingkungan, karena konsumen pengguna produk kelapa sawit di Eropa semakin gigih menuntut produk yang akrab lingkungan.

Meski tuntutan konsumen pasar internasional terhadap produk akrab lingkungan semakin besar dan masalah sistem manajemen lingkungan mulai sering diulas media massa, pada kenyataannya kurang dari dua persen dari

sekitar 22.000 perusahaan menengah dan besar di Indonesia yang menerapkan sistem manajemen lingkungan. 96)

Sebenarnya untuk menerapkan sistem manajemen lingkungan, perusahaan tidak harus langsung “loncat” mengadopsi standar seri ISO 14000. Beberapa perusahaan besar nasional yang sadar betul bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga ditentukan oleh hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya, mulai mencoba menerapkan sistem manajemen lingkungan yang bersifat lokal seperti SMK3 (Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja) dan BILIK (Bina Lingkungan).

Pada awalnya mungkin penerapan manajemen ramah lingkungan akan meningkatkan biaya. Investasi dalam bentuk penerapan manajemen ramah lingkungan akan kembali antara lain dalam bentuk semakin terbukanya pasar ekspor ke negara-negara maju yang sangat memperhatikan masalah lingkungan.

Selain keuntungan dari segi finansial, perusahaan yang menerapkan sistem manajemen lingkungan, khususnya yang berstandar internasional seperti ISO 14000 akan menikmati manfaat non-finansial seperti : naiknya citra perusahaan karena menunjukkan komitmen nyata terhadap lingkungan sekitar dan mendorong perusahaan agar selalu melangkah lebih dari sekedar mengikuti aturan yang berlaku.

Selain itu di mata publik, perusahaan yang menerapkan ISO 14000, pasti lebih kredibel karena mereka selalu diaudit oleh pihak independen,

---

96) Sumber Harian *KOMPAS*, Jum'at, 18 Oktober 2002, hal.41

sehingga konsistensi dan mutu dari penerapan sistem manajemen lingkungan selalu terjaga. Manfaat lain yang tidak langsung dinikmati konsumen atau masyarakat sekitar adalah mendorong dunia bisnis untuk menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), yang berarti kelestarian lingkungan kita akan semakin terjamin.

Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dengan menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), antara lain adalah :

- penguasaan dampak lingkungan yang lebih baik;
- menekan resiko yang membahayakan lingkungan;
- ada kemungkinan, menekan biaya produksi;
- penanganan yang lebih baik bila terjadi kecelakaan atau keluhan yang berhubungan dengan lingkungan;
- motivasi para pekerja yang lebih baik;
- hubungan antara pihak berwenang dan pihak-pihak terkait lain yang peduli lingkungan menjadi lebih baik;
- ada kemungkinan, akan mempermudah dalam mendapatkan sertifikat;
- memberi jaminan kepada pelanggan tentang komitmen manajemen terhadap lingkungan;
- memelihara hubungan dengan masyarakat dengan baik;
- memperbaiki citra dan pangsa pasar;
- memenuhi kriteria sertifikasi sebagai pemasok yang ramah lingkungan;
- memperbaiki pengawasan biaya;
- mengurangi kecelakaan yang dapat berakibat atas tanggungjawab lingkungan;
- memperlihatkan kepedulian terhadap lingkungan;

- melestarikan dan/atau efisiensi bahan dan energi;
- mempermudah memperoleh izin;
- mempermudah penyelesaian masalah lingkungan;
- meningkatkan hubungan antara industri dan Pemerintah;
- melindungi lingkungan;
- memiliki dasar persaingan yang sama;
- menunjukkan kesesuaiannya dengan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah lingkungan;
- membuat sistem manajemen yang efektif;
- mengurangi biaya;
- mengurangi kecelakaan;
- meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Dengan demikian perusahaan yang menerapkan SML yang dirancang dan dilaksanakan dengan baik memiliki proses yang cenderung menjadi cermat dan peka terhadap kebutuhan pembeli dan pelestarian lingkungan, dengan pemasaran yang proaktif, efisien, dan berada pada posisi terdepan.

## **1.2. Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Pada umumnya perusahaan menyadari adanya tanggungjawab sosial yang harus dipikul. Meskipun ada manajemen yang menganut pandangan bahwa tanggungjawab tersebut terletak pada pemodal, pemilik saham, dan berbagai kelompok lain di perusahaan, namun mereka yang menganut faham demikian dapat dikatakan merupakan pengecualian. Artinya, mayoritas mengakui adanya tanggungjawab sosial tersebut dan bersedia menunaikannya. Tanggungjawab sosial itu merupakan kewajiban yang

harus ditunaikan justru karena keberadaan perusahaan di suatu lokasi. Tanggungjawab sosial itu beraneka ragam bentuknya. Misalnya, kewajiban perusahaan untuk mempekerjakan warga masyarakat di sekitarnya, partisipasi perusahaan dalam pemeliharaan ketertiban dan keamanan lingkungan, penyediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang dapat dinikmati oleh masyarakat, memberikan bantuan keuangan bagi anggota masyarakat yang mengalami musibah seperti banjir, kebakaran, dan kerusakan karena bencana alam seperti gempa bumi. Semua itu merupakan tantangan yang harus dihadapi, bukan karena pertimbangan yang altruistik semata, tetapi sesungguhnya demi kepentingan perusahaan yang bersangkutan juga. Bukanlah kebijakan dan tindakan yang etis apabila perusahaan "mengasingkan diri" dari lingkungannya dan menjadikan warga perusahaan sebagai kelompok yang eksklusif. Perusahaan membutuhkan kepercayaan dan dukungan masyarakat sekitarnya. Perusahaan hanya mampu "merebut" dukungan dan kepercayaan tersebut apabila menampilkan kepedulian sosialnya. Yang menjadi salah satu tantangan yang harus dihadapi ialah kemampuan manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang tepat tentang bentuk, jenis, dan intensitas keterlibatannya dalam kehidupan sosial masyarakat sekitarnya. Manajemen harus memutuskan jenis kegiatan sosial dimana perusahaan perlu dan harus terlibat serta bersedia menyisihkan dana untuk kepentingan tersebut. Hal itu perlu dikaitkan dengan tujuan dan berbagai sasaran perusahaan, filosofi yang dianutnya, strategi, dan kemampuannya.

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan sesungguhnya mengacu pada kenyataan, bahwa perusahaan adalah badan hukum yang dibentuk oleh manusia dan terdiri dari manusia. Ini menunjukkan bahwa sebagaimana halnya manusia tidak bisa hidup tanpa orang lain, demikian pula perusahaan (sebagai lembaga yang terdiri dari manusia) tidak bisa hidup, beroperasi, dan memperoleh keuntungan bisnis tanpa pihak lain. Ini menuntut agar perusahaanpun perlu dijalankan dengan tetap bersikap tanggap, peduli, dan bertanggungjawab atas hak dan kepentingan banyak pihak lainnya. Bahkan lebih dari itu, perusahaan, sebagai bagian dari masyarakat yang lebih luas, perlu pula ikut memikirkan dan menyumbangkan sesuatu yang berguna bagi kepentingan hidup bersama dalam masyarakat, sebagaimana halnya manusiapun, selain membutuhkan orang lain, juga ikut menyumbangkan sesuatu dengan kapasitasnya masing-masing demi kepentingan hidup bersama.

Di antara semua wujud keterlibatan sosial perusahaan tersebut, salah satu yang paling banyak mendapat sorotan adalah keterlibatan sosial perusahaan dalam ikut memecahkan masalah ketimpangan sosial dan ekonomi. Ada kesadaran yang semakin besar baik dari masyarakat maupun dari para pelaku bisnis bahwa perusahaan ikut bertanggungjawab menegakkan keadilan sosial, khususnya keadilan distributif. Caranya adalah dengan melakukan berbagai kegiatan sosial yang pada akhirnya ikut menciptakan keadilan sosial dan ekonomi yang lebih seimbang, yang lebih adil. Misalnya dengan menjalin kerjasama kemitraan antara pengusaha besar dan kecil, dengan membina koperasi di lingkungan perusahaan tersebut, dengan menyerap produksi perusahaan-perusahaan kecil yang dimiliki

masyarakat kecil, dan seterusnya. Semuanya ini pada akhirnya ikut menciptakan kondisi sosial dan ekonomi yang lebih adil, kendati tidak harus berarti merata.

Prinsip utama dalam suatu organisasi profesional, termasuk perusahaan, adalah bahwa struktur mengikuti strategi. Artinya, struktur suatu organisasi didasarkan dan ditentukan oleh strategi dari organisasi atau perusahaan itu. Maka, pada tempat pertama harus dirumuskan terlebih dahulu strategi dari perusahaan.

Akan tetapi, sesungguhnya strategi didasarkan pada tujuan serta misi yang diemban oleh suatu perusahaan sudah jelas. Strategi hanya mengikuti dan ditentukan oleh tujuan dan misi suatu perusahaan. Kalau tujuannya hanyalah mengejar keuntungan jangka pendek, kalau tujuannya hanyalah untuk mengalahkan perusahaan tertentu apapun cara dan biayanya, strateginya akan sangat ditentukan oleh tujuan tersebut. Maka, sesungguhnya tujuan dan misi inilah yang membedakan satu perusahaan dari perusahaan lainnya. Semua hal lainnya, berupa strategi dan struktur organisasi memang ikut membedakan satu perusahaan dari perusahaan lain, tetapi sangat dipengaruhi oleh tujuan dan misi perusahaan tersebut.

Dalam kaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan, sejauh dianggap sebagai sebuah nilai dan misi yang harus diwujudkan, audit sosial itu bermaksud menilai dan mengukur kinerja perusahaan dalam kaitan dengan berbagai masalah sosial yang ingin ikut diatasi oleh perusahaan itu. Masalah-masalah tersebut misalnya penciptaan lapangan kerja bagi kelompok minoritas atau masyarakat sekitar yang masih terbelakang, masalah lingkungan, keadaan dan lingkungan kerja, pelayanan dan keluhan



konsumen, bantuan sosial dalam berbagai wujud, dan sebagainya. Tujuan audit sosial lalu antara lain untuk menjajaki kembali pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam berbagai aspek yang dianggap perusahaan itu penting.

### **1.3. Tanggungjawab Perusahaan Pada Tenaga Kerja**

Hak pekerja merupakan topik yang perlu dan relevan untuk dibicarakan dalam rangka etika bisnis. Penghargaan dan jaminan terhadap hak pekerja merupakan salah satu penerapan dari prinsip keadilan dalam bisnis. Dalam hal ini keadilan menuntut agar semua pekerja diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Baik sebagai pekerja maupun sebagai manusia, mereka tidak boleh dirugikan, dan perlu diperlakukan secara sama tanpa diskriminasi yang tidak rasional. Karena pelaksanaan dan penegakan keadilan, sebagaimana telah dikatakan, sangat menentukan praktek bisnis yang baik dan etis, maka ini sekaligus berarti bahwa pengakuan, penghargaan dan jaminan atas hak pekerja sangat ikut menentukan baik dan etisnya praktek bisnis.

Dalam bisnis modern yang penuh dengan persaingan ketat, para pengusaha semakin menyadari bahwa pengakuan, penghargaan, dan jaminan atas hak-hak pekerja dalam jangka panjang akan sangat menentukan sehat tidaknya kinerja suatu perusahaan. Ini disebabkan karena jaminan atas hak-hak pekerja pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pengakuan, penghargaan dan jaminan atas hak karyawan semakin disadari sebagai faktor yang menentukan kelangsungan dan keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Penghargaan atau

sebaliknya pelanggaran atas hak-hak pekerja akan membuat karyawan betah atau tidak betah, berdisiplin atau tidak, punya komitmen atau tidak, produktif atau tidak, loyal atau tidak.

Secara umum ada beberapa hak pekerja yang dianggap mendasar dan harus dijamin, kendati dalam penerapannya bisa sangat ditentukan oleh perkembangan ekonomi dan sosial-budaya dari masyarakat atau negara di mana suatu perusahaan beroperasi. 97)

### **Macam-macam Hak Pekerja**

#### **1. Hak Atas Pekerjaan**

Hak atas pekerjaan merupakan suatu hak asasi manusia. Karena, *pertama*, sebagaimana dikatakan John Locke, kerja melekat pada tubuh manusia. Kerja adalah aktivitas tubuh dan karena itu tidak bisa dilepaskan atau dipikirkan lepas dari tubuh manusia. Karena tubuh adalah milik kodrati atau asasi setiap orang, dan karena itu tidak bisa dicabut, dirampas, atau diambil darinya, maka kerjapun tidak bisa dicabut, dirampas, atau diambil dari seseorang. Maka, sebagaimana halnya tubuh dan kehidupan merupakan salah satu hak asasi manusia, kerjapun merupakan salah satu hak asasi manusia. Bersama dengan hak atas hidup dan tubuh, hak atas kerja dimiliki manusia hanya karena dia adalah manusia. Ia melekat pada manusia sebagai manusia sejak lahir dan tak seorangpun dapat merampasnya.

*Kedua*, kerja merupakan perwujudan diri manusia. Melalui kerja, manusia merealisasikan dirinya sebagai manusia sekaligus membangun hidup dan lingkungannya yang lebih manusiawi. Melalui kerja manusia

---

97) A.Sonny Keraf, op.cit.hal.162

menentukan hidupnya sendiri sebagai manusia yang mandiri. Dengan kerja manusia membebaskan dirinya dari ketergantungan yang negatif pada orang lain. Melalui kerja, manusia menegaskan dirinya, identitasnya, dan eksistensinya. Kerja berkaitan dengan harkat dan martabat manusia sebagai manusia. Karena itu, kerja harus dianggap sebagai salah satu hak asasi manusia.

*Ketiga*, hak atas kerja juga merupakan salah satu hak asasi manusia karena kerja berkaitan dengan hak atas hidup, bahkan hak atas hidup yang layak. Hanya dengan dan melalui kerjanya manusia dapat hidup dan juga dapat hidup secara layak sebagai manusia.

Pasal 27, ayat 2, UUD 1945 dengan tegas menyatakan bahwa "Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan." Ini berarti negara kita mengakui dan menjamin hak atas pekerjaan sebagai hak asasi (*demi kemanusiaan*), dan juga karena hak ini berkaitan dengan *penghidupan yang layak* sebagai manusia. Ini menunjukkan bahwa jauh sebelum Deklarasi Universal Hak-Hak Asasi Manusia PBB, yang juga menganggap hak atas pekerjaan sebagai suatu hak asasi, Indonesia telah mengakui hak atas pekerjaan sebagai suatu hak asasi yang dimiliki setiap warga.

## 2. Hak Atas Upah Yang Adil

Hak atas upah yang adil merupakan hak legal yang diterima dan dituntut seseorang sejak ia mengikat diri untuk bekerja pada suatu perusahaan. Karena itu, perusahaan yang bersangkutan mempunyai kewajiban untuk memberikan upah yang adil.

Dengan hak atas upah yang adil sesungguhnya dapat ditegaskan tiga hal. *Pertama*, bahwa setiap pekerja berhak mendapatkan upah. Artinya, setiap pekerja berhak untuk dibayar. Ini merupakan tuntutan yang harus dipenuhi. *Kedua*, setiap orang tidak hanya berhak memperoleh upah. Ia juga berhak untuk memperoleh upah yang adil, yaitu upah yang sebanding dengan tenaga yang telah disumbangkannya. *Ketiga*, tidak boleh ada perlakuan yang berbeda atau diskriminatif dalam soal pemberian upah kepada semua karyawan. Dengan kata lain, harus berlaku prinsip upah yang sama untuk pekerjaan yang sama. Tidak boleh ada tingkat upah yang berbeda-beda antara satu pekerja dengan pekerja yang lain untuk bidang pekerjaan yang sama, kecuali atas dasar pertimbangan yang rasional dan obyektif dan dari segi moral dapat dipertanggungjawabkan secara terbuka dan transparan.

### 3. Hak Untuk Berserikat dan Berkumpul

Untuk bisa memperjuangkan kepentingan pekerja, khususnya hak atas upah yang adil, pekerja harus diakui dan dijamin haknya untuk berserikat dan berkumpul. Harus dijamin haknya untuk membentuk serikat pekerja dengan tujuan bersatu memperjuangkan hak dan kepentingan semua anggota mereka. Hak berserikat dan berkumpul merupakan salah satu syarat penting untuk bisa menjamin hak atas upah yang adil.

### 4. Hak Atas Perlindungan Keamanan dan Kesehatan

Dalam bisnis modern sekarang ini semakin dianggap penting bahwa para pekerja dijamin keamanan, keselamatan, dan kesehatannya. Lingkungan kerja dalam industri modern khususnya yang penuh dengan berbagai resiko tinggi mengharuskan adanya jaminan perlindungan atas

keamanan, keselamatan dan kesehatan bagi para pekerja. Karena itu pekerja diasuransikan melalui asuransi kecelakaan dan kesehatan.

#### 5. Hak Untuk Diproses Hukum Secara Sah

Hak ini terutama berlaku ketika seorang pekerja dituduh dan diancam dengan hukuman tertentu karena diduga melakukan pelanggaran atau kesalahan tertentu. Dalam hal ini, pekerja tersebut wajib diberi kesempatan untuk mempertanggungjawabkan tindakannya. Ia wajib diberi kesempatan untuk membuktikan apakah ia melakukan kesalahan seperti dituduhkan atau tidak. Konkretnya kalau ia tidak bersalah ia wajib diberi kesempatan untuk membela diri.

Ini berarti, baik secara legal maupun moral perusahaan tidak diperkenankan untuk menindak seorang karyawan secara sepihak tanpa mencek atau mendengarkan pekerja itu sendiri. Tindakan sepihak dengan memecat pekerja itu, merupakan tindakan yang sewenang-wenang dan melanggar hak dan martabat setiap pekerja, setiap manusia. Siapapun karyawan itu, dia harus didengar dan harus pula bisa membuktikan posisinya dengan saksi dan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.

#### 6. Hak Untuk Diperlakukan Secara Sama

Semua pekerja, pada prinsipnya, harus diperlakukan secara sama, secara fair. Artinya, tidak boleh ada diskriminasi dalam perusahaan entah berdasarkan warna kulit, jenis kelamin, etnis, agama, dan sebagainya, baik dalam sikap dan perlakuan, gaji, maupun peluang untuk jabatan, pelatihan atau pendidikan lebih lanjut. Tentu saja tetap ada perbedaan di sana-sini, tetapi perbedaan dalam gaji dan peluang misalnya, harus didasarkan pada kriteria dan pertimbangan yang rasional, obyektif, dan dapat

dipertanggungjawabkan secara terbuka, misalnya, atas dasar kemampuan, pengalaman, prestasi, kondisi, dan sebagainya. Diskriminasi yang didasarkan pada jenis kelamin, etnis, agama, dan sebagainya adalah perlakuan yang tidak adil.

#### 7. Hak Atas Rahasia Pribadi

Kendati perusahaan punya hak tertentu untuk mengetahui riwayat hidup dan data pribadi tertentu dari setiap karyawan, karyawan punya hak untuk dirahasiakan data pribadinya itu. Bahkan perusahaan harus menerima bahwa ada hal-hal tertentu yang tidak boleh diketahui oleh perusahaan dan ingin tetap dirahasiakan oleh karyawan.

#### 8. Hak Atas Kebebasan Suara Hati

Hak ini menuntut agar setiap pekerja harus dihargai kesadaran moralnya. Ia harus dibiarkan bebas mengikuti apa yang menurut suara hatinya adalah hal yang baik. Konkretnya, pekerja tidak boleh dipaksa untuk melakukan tindakan tertentu yang dianggap tidak baik : melakukan korupsi, menggelapkan uang perusahaan, menurunkan standar atau ramuan produk tertentu demi memperbesar keuntungan, menutup-nutupi kecurangan yang dilakukan perusahaan atau atasan. Dia tidak boleh dipaksa untuk melakukan hal ini kalau berdasarkan pertimbangan suara hatinya hal ini tidak baik dan tidak boleh dilakukannya.

Dalam penelitian tesis ini diketahui bahwa P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia sangat menyadari posisinya sebagai salah satu bagian dari unsur pelaku pembangunan, sehingga membantu sepenuhnya dan dengan senang hati memberikan penjelasan dan data-data yang diperlukan dalam penelitian tesis ini. Perusahaan Coca-Cola sangat menyadari pentingnya

meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan senantiasa tunduk pada hukum lingkungan maupun peraturan-peraturan yang berlaku baik dari pusat maupun daerah.

Keterangan yang terbuka sangat membantu untuk melihat upaya yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan etika ekobisnis serta menegakkan hukum lingkungan, yang bermanfaat bagi pengembangan perusahaan.

Disadari pula oleh P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia, bahwa kegiatannya akan memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak negatif tersebut bila tidak ditanggulangi tidak menutup kemungkinan akan semakin besar dan berarti. Sehingga prinsip pencegahan dini (*precountionary principle*) dilakukan dengan sukarela. P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia sejak awal berdirinya perusahaan telah melakukan pencegahan dini terhadap pencemaran dan kerusakan lingkungan. Hal ini ditunjukkan oleh perusahaan dengan membuat AMDAL (Analisa Mengenai Dampak Lingkungan), mendirikan IPAL (Instalasi Pengolah Air Limbah), dan rutin membuat laporan kepada instansi yang terkait dengan masalah lingkungan agar mereka dapat memantau tingkat pencemaran dan kerusakan yang diakibatkan oleh keberadaan P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia.

Khususnya P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia, sebagai suatu perusahaan minuman ringan bertaraf Internasional dan berorientasi jangka panjang, sudah sejak lama mengakomodasi masalah lingkungan dalam kebijakan-kebijakan perusahaan. Hal ini terbukti dengan diterimanya ISO 14001 pada tahun 2001 yang menuntut adanya perubahan paradigma dari 100% *production oriented* menjadi *production environmental friendly*

*oriented*, yang sesekali harus menghentikan operasi produksinya yang sedang lancar-lancarnya demi masalah lingkungan.

P.T. Coca-Cola Bottling Indonesia Central Java, sebagai perusahaan minuman ringan bertaraf internasional, merasa berkewajiban membuat laporan tentang UKL dan UPL (Upaya Pemantauan Lingkungan dan Upaya Pengelolaan Lingkungan) sebagai tindak lanjut dari Studi Penyajian Evaluasi Lingkungan yang merupakan pedoman dalam mewujudkan pengelolaan industri yang berwawasan lingkungan. P.T. Coca-Cola dengan kemampuan maksimum berusaha menunjang program pembangunan berwawasan lingkungan.

Karena dampak negatif yang timbul biasanya diakibatkan oleh penerapan teknologi yang hanya memikirkan produksi, namun ada sumber pencemaran seperti bahan-bahan yang berbahaya dan limbah produksi baik berupa partikel padat, cair dan gas serta bising, intensitas cahaya dan iklim kerja yang kurang menguntungkan dimana kesemua ini bila melebihi toleransi batas kemampuan manusia dapat mengakibatkan penurunan keseimbangan lingkungan dan kesehatan pada tenaga kerja yang secara langsung menghadapinya.

Dalam hal ini pemeriksaan dan pengujian senantiasa dilaksanakan oleh P.T. Coca-Cola dimaksudkan untuk mengetahui secara pasti keadaan sebenarnya yang ada pada lingkungan dan permasalahannya, sehingga dapat dipersiapkan untuk penelitian lebih lanjut dan mengarah pada pembenahan dan pengendalian pencemaran agar tidak berdampak negatif pada lingkungan sekitarnya maupun pada tenaga kerja.



Tujuan pemeriksaan dan pengujian lingkungan di P.T. Coca-Cola adalah untuk mendapatkan data lingkungan secara sampling yang akurat dan penemuan-penemuan baik perlunya monitoring maupun penemuan sistem pengendalian yang sesuai dengan keadaan di perusahaan maupun jenis pencemarannya. Sehingga dapat diupayakan pengendalian yang baik dan pembinaan terhadap tenaga kerja yang berkaitan dengan pengendalian lingkungan agar dapat dicapai penurunan pencemaran seoptimal mungkin.

Adapun sasaran dari pemeriksaan dan pengujian lingkungan adalah sebagai berikut :

1. untuk mendapatkan data lingkungan yang tepat sehubungan dengan kondisi lingkungan maupun tempat kerja;
2. untuk mendapatkan data kualitas air buangan limbah baik *influent* (sebelum diolah) maupun *effluent* (setelah diolah);
3. untuk mendapatkan data kualitas plankton & bethos di aliran sungai tempat saluran air limbah di buang ke sungai;
4. untuk mendapatkan data kualitas saluran air hujan (*strom water*);
5. untuk mendapatkan data kualitas endapan sisa olahan dari *water treatment (flock)*;
6. untuk mendapatkan data kualitas endapan sisa olahan dari *waste water treatment (sludge)*;
7. untuk mendapatkan data kualitas udara (kebauan) di dalam pabrik sampai dengan di luar pabrik;
8. untuk mendapatkan data kualitas tingkat getaran;
9. untuk mendapatkan data kualitas udara emisi kendaraan bermotor bergerak;

10. untuk mendapatkan data kualitas udara emisi serta kualitas udara lingkungan (*ambient*) di sekitar perusahaan;
11. untuk mendapatkan data kualitas dan kuantitas potensi berbahaya lingkungan kerja sehubungan dengan proses produksi dan peralatan yang digunakan;
12. untuk mendapatkan masukan-masukan maupun kekurangan-kekurangan dari masyarakat sekitar sampai sejauh mana hasil pengelolaan lingkungan tersebut tidak mengganggu aktifitas maupun kehidupan pada masyarakat sekitar.

Sedangkan dasar pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Tengah No. 660.1/02/1997 tentang Baku Mutu Limbah Cair bagi kegiatan industri di Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah.
2. Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. Kep-51/Men.LH/10/1995 tentang Baku Mutu Limbah Cair bagi kegiatan industri.
3. Keputusan Kepala Badan Pengendalian Dampak Lingkungan No. 08 tahun 2000 tentang Keterlibatan Masyarakat dan Keterbukaan Informasi dalam Proses Analisis Mengenai Dampak Lingkungan.
4. Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah No.1 tahun 1990 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup di Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah.
5. Undang-Undang No.23 tahun 1997 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup.

6. Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. Per-05/Men/1996 tentang Sistem Management Keselamatan dan Kesehatan Kerja.
7. Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Tengah No. 660.1/02/2000 tanggal 21 Februari 2000 tentang Penunjukkan Laboratorium Penguji Kualitas Air, Udara, Kebisingan dan Getaran.
8. Peraturan Pemerintah No.41 tahun 1999 tentang Baku Mutu Udara Ambient.
9. SNI.0232-1987-E tentang Baku Mutu Udara Lingkungan Kerja/Ruang Kerja.
10. Kep51/Men/1999 tentang Nilai Ambang Batas Faktor Fisika di Tempat Kerja.
11. Kep.50/Men.LH/1996 tentang Baku Mutu Tingkat Kebauan Odoran Tunggal.
12. Kep.48/Men.LH/1996 tentang Baku Mutu Tingkat Kebisingan.
13. Kep.49/Men.LH/1996 tentang Baku Mutu Tingkat Getaran.
14. Kep.50/Men.LH/1996 tentang Baku Mutu Tingkat Kebauan
15. Kep.35/Men.LH/10/1993 tentang Batas Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor Bahan Bakar Bensin dan Solar.
16. SK Gubernur Jawa Tengah No.10 tahun 2000 tentang Baku Mutu Emisi Sumber Tidak Bergerak Untuk Industri dan Jenis Kegiatan Lain.
17. SK Menteri Perburuhan No.7 tahun 1964 tentang Syarat Kesehatan, Kebersihan, serta penerangan di Tempat Kerja.
18. Pengelolaan Limbah Berbahaya dan Beracun PP No. 18 tahun 1999.

19. Upaya Pengelolaan Lingkungan (UKL) dan Upaya Pemantauan Lingkungan (UPL) No.13/KWDPP-11/2.1/VI/2001 tanggal 12 Juni 2001 P.T.Coca-Cola Amatil Indonesia Bottling Central Java.

Disamping P.T. Coca-Cola bertanggungjawab pada lingkungan, perusahaan juga mempunyai tanggungjawab sosial yang telah dilaksanakan dengan baik, guna menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat disekitar pabrik maupun masyarakat pada umumnya. Tanpa dukungan dari masyarakat mustahil keberadaan dan kelangsungan perusahaan dapat berjalan dengan baik. Perusahaan secara rutin memberikan bantuan pada masyarakat setempat, antara lain bantuan perbaikan jalan, beasiswa, penghijauan, tempat ibadah dan sebagainya. Termasuk mempekerjakan masyarakat di sekitar perusahaan.

P.T. Coca-Cola juga mempunyai tanggungjawab terhadap pekerja. Karena pekerja merupakan tulang punggung beroperasinya perusahaan, sehingga perusahaan merasa perlu untuk memperhatikan kesejahteraan pekerja maupun keselamatannya dalam bekerja. Perusahaan memberikan upah pada pekerja 10% diatas UMK (Upah Minimum Kabupaten/Kota) yang telah ditentukan oleh Pemerintah. Pekerja juga diikutkan dalam ASTEK maupun JAMSOSTEK.

P.T Sinar Sosro, suatu perusahaan minuman ringan yang bertaraf nasional selalu berusaha untuk menjaga mutu hasil produksinya. Hal ini terbukti pula dengan diterimanya ISO 9002 pada tahun 1996 dan ISO 9000 versi 2000 mengenai manajemen mutu. Seperti diketahui P.T. Sinar Sosro sejak awal telah melakukan komitmen untuk selalu menjaga kelestarian lingkungan dan tunduk pada aturan-aturan lingkungan yang ada. Hal ini juga

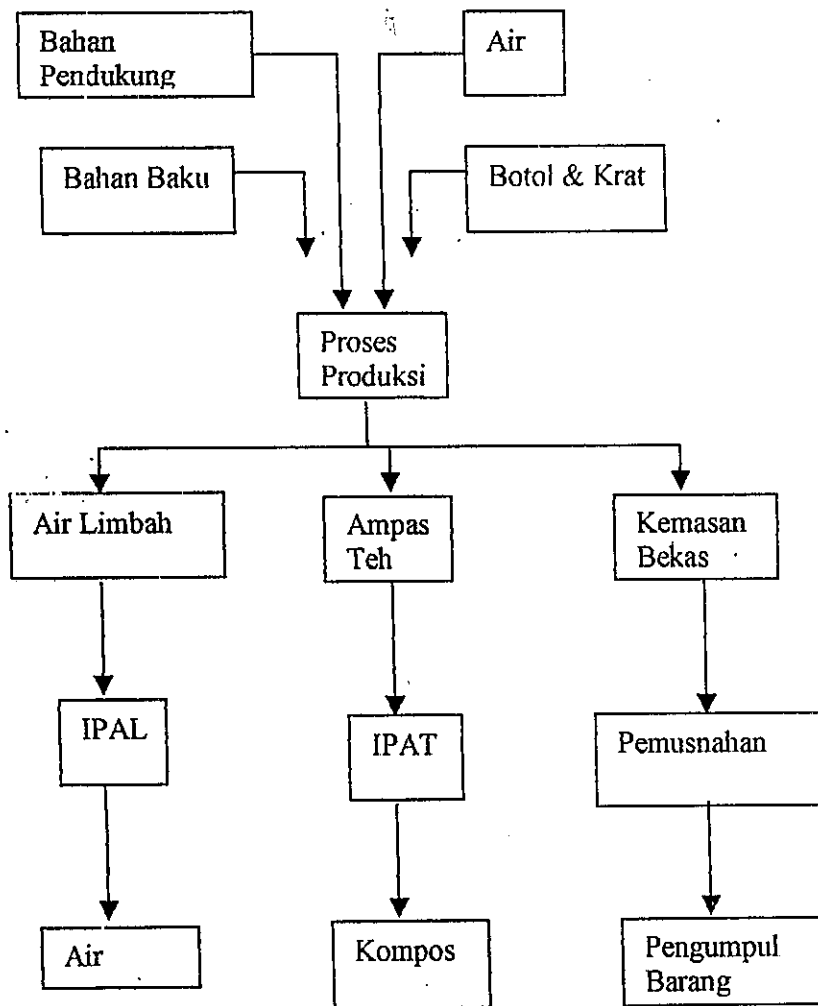
terbukti dengan dibuatnya Instalasi Pengolah Air Limbah (IPAL) pada saat berdirinya pabrik.

Perusahaan teh Sosro tidak hanya mementingkan bisnis/keuntungan semata, tetapi benar-benar secara sadar peduli akan lingkungan sekitarnya serta mengupayakan agar limbah yang dihasilkan nantinya sebelum dibuang benar-benar aman bagi lingkungan. Agar limbah tersebut bernilai ekonomis dan ramah lingkungan maka diterapkan 4R yaitu :

- Reuse : kemampuan untuk digunakan kembali
- Reduce : pengurangan
- Recycle : kemampuan untuk didaur ulang
- Reclamation : kemampuan untuk reklamasi mendapatkan kembali

Limbah yang dihasilkan dari pabrik ada 2 jenis, yaitu limbah padat (ampas teh) dan limbah cair. Kedua jenis limbah di perusahaan ini telah diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang aman untuk lingkungan, bahkan memiliki nilai ekonomis.

Proses pengolahan limbah dapat dilihat dalam diagram alir sebagai berikut :



Gambar 1 : Diagram Alir Proses Sumber Limbah PT. Sinar Sosro Ungaran

## 1. Limbah Cair

Pada prinsipnya proses pengolahan limbah cair adalah menggunakan proses aerobik lumpur aktif. Dimana sebagai bioreactor pengurai limbah cair tersebut dipergunakan mikroba pengurai di dalam bak aerasi. Dipilihnya metode pengolahan limbah seperti ini dikarenakan hasil pengolahannya cukup baik untuk debit aliran sampai dengan 12m<sup>3</sup>/jam, selain itu waktu prosesnya relatif singkat. Adapun tujuan utama dari unit Pengolah Limbah Cair di P.T. Sinar Sosro Cabang Ungaran Semarang adalah mengolah sedemikian rupa air limbah (limbah cair) yang ada sebelum dibuang/disalurkan ke badan air sungai sehingga jika air sungai tersebut dimanfaatkan untuk pertanian/perikanan tidak akan mengganggu. Proses pengolahan limbah cair secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut :

### a. Bak Equalisasi

Air limbah yang berasal dari unit produksi (sebagai air hujan, toilet) masuk ke pipa saluran pembuangan menuju Unit Pengolahan Limbah Cair dan ditampung dalam bak equalisasi. Pada mulanya bak ini hanya dimanfaatkan untuk penampungan sementara air limbah pabrik dan mengurangi kemungkinan pengaruh fluktuasi mutu dan atau besarnya aliran limbah, tetapi sekarang telah dimanfaatkan sebagai bak awal proses, sebab di bak ini telah ditambah sarana untuk aerasi dan lumpur aktif sebagian.

Kondisi bak adalah : PH 7 – 9                      COD ± 2500 ppm

Temp 30 – 40 °C      Penampakan coklat tua

Selanjutnya dari bak ini dipompa masuk ke bak penampungan sementara dengan melewati cooling system dengan debit antara 10 – 15m<sup>3</sup>/jam.

b. Bak Penampungan Sementara

Fungsi dari bak penampungan sementara adalah untuk menampung sementara waktu air limbah setelah mengalami pendinginan dari *cooling system*. Dalam bak ini juga telah dilengkapi sarana tambahan untuk aerasi dan pemeriksaan debit aliran. Selanjutnya dari bak ini aliran air limbah masuk ke bak aerator. Temperatur limbah cair disini diharapkan antara  $30 \pm 5^\circ\text{C}$ .

c. Bak Aerator

Untuk mengaerasi air limbah yang dimasukkan kedalamnya untuk dijernihkan dengan cara biologis dan oksidasi zat-zat pengotor yang dikandung air limbah, dengan bantuan lumpur aktif yang kaya akan mikro organisme aerobik.

Dalam bak ini selain ditambahkan udara (dari blower) juga ditambahkan nutrient berupa pupuk urea (diambil unsure N-nya) dan pupuk TSP (diambil unsure P-nya). Perhitungan penambahan nutrient ini adalah dengan menggunakan rumus perbandingan sebagai berikut :

$$\text{BOD} : \text{N} : \text{P} = 100 : 5 : 1$$

Pada sistem lumpur aktif ini zat organik yang terlarut dalam air limbah terurai oleh bakteri di bak ini dan biomassa yang terbentuk akan dialirkan bersama dengan air menuju bak clarifier.

Kondisi bak : PH 7 – 8

COD kurang dari 100 ppm

Temperatur  $30 \pm 5^\circ\text{C}$ .

Penampakan lebih jernih agak kekuning-kuningan



d. Bak Clarifier

Fungsi bak ini adalah untuk memisahkan hasil olahan terhadap lumpur aktif yang terjadi pada bak aerator. Sebagian lumpur yang dihasilkan dari bak clarifier dibuang ke bak pemelat lumpur dan sebagian lainnya dialirkan kembali ke bak aerator untuk menjaga agar konsentrasi bakteri tetap tinggi. Sedangkan lapisan atas berupa air yang telah jernih mengalami overflow menuju ke bak pengendapan.

Kondisi bak : PH 7 – 8

COD kurang dari 70 ppm

Penampakan jernih agak kekuning-kuningan

Zat padat tersuspensi kecenderungan kurang dari 60 ppm

e. Bak Pengendapan

Dikarenakan hasil dari bak clarifier ada kecenderungan untuk nilai TSS masih cukup tinggi, maka mulai tanggal 15 Mei 2000 yang lalu telah dioperasikan satu unit bak pengendapan baru untuk mengendapkan zat padat yang tersuspensi sehingga diharapkan kondisi akhir dari bak ini dapat memenuhi seluruh parameter baku mutu limbah cair yang dipersyaratkan dalam SK Gubernur Jawa Tengah Nomor 660.1/02/1997.

Pada tanggal 16 Mei 2000, BPPI Semarang telah mengambil sampel air limbah dari proses akhir bak pengendapan ini dengan hasil analisa yang diterima tanggal 31 Mei 2000) sebagai berikut;

Zat padat tersuspensi 48 ppm

BOD (5 hari) 28,251 ppm

COD 66,148 ppm

PH 8,7

Dari hasil ini ada kecenderungan bahwa TSS sudah mengalami penurunan dan semuanya memenuhi baku mutu limbah cair yang dipersyaratkan.

Selanjutnya air jernih dari bak pengendapan ini dimanfaatkan di bak kolam ikan, keperluan menyirami tanaman dan proses lebih lanjut lagi sebagai air toilet. Sedangkan endapan lumpur dari bak pengendapan ini dibersihkan secara berkala dan dimasukkan dalam bak pengering lumpur.

f. Bak Kolam Ikan

Selanjutnya dari hasil bak pengendapan ini, air jernih yang dihasilkan telah dimanfaatkan untuk budidaya ikan lele, disamping itu ada pula ikan mas sebagai bioindikator sebelum air hasil pengolahan limbah cair tersebut dibuang ke sungai.

## 2. Limbah Padat

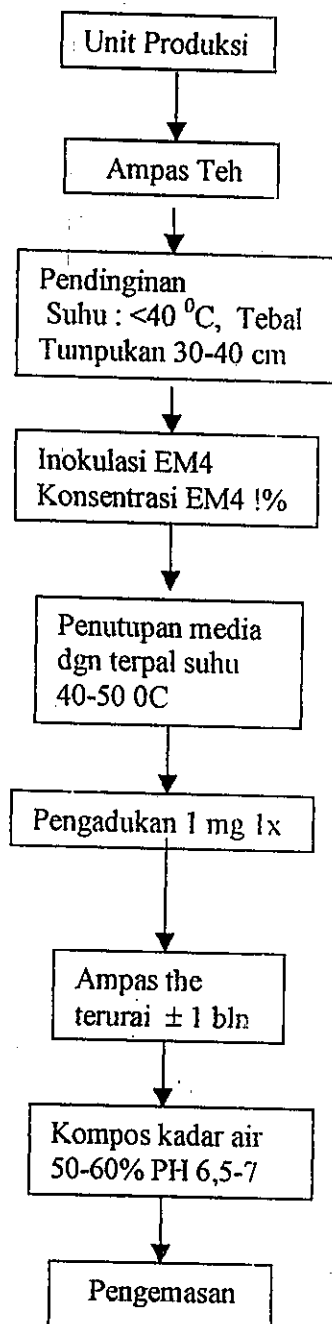
Selain limbah cair, hasil limbah padatnya yang berupa teh dari unit produksi oleh P.T. Sinar Sosro Ungaran diolah kembali menjadi kompos/pupuk organik. Adapun definisi kompos itu adalah merupakan jenis pupuk alam yang dibuat dengan cara penguraian bahan organik menghasilkan senyawa-senyawa yang larut dalam air bersama-sama hasil penguraian bahan mineral adalah berbentuk senyawa organik baru. Dasar pengolahan ampas teh menjadi kompos adalah dengan menggunakan bioreactor cacing tanah (yang nantinya akan dihasilkan vermikompos) dan mikroba termofil (yang nantinya akan dihasilkan kompos).

Vermikompos itu sendiri adalah merupakan proses penguraian bahan organik menjadi kompos dengan bantuan bioreactor yaitu cacing tanah sedangkan thermofil adalah merupakan proses penguraian bahan organik menjadi kompos dengan bantuan mikro organisme.

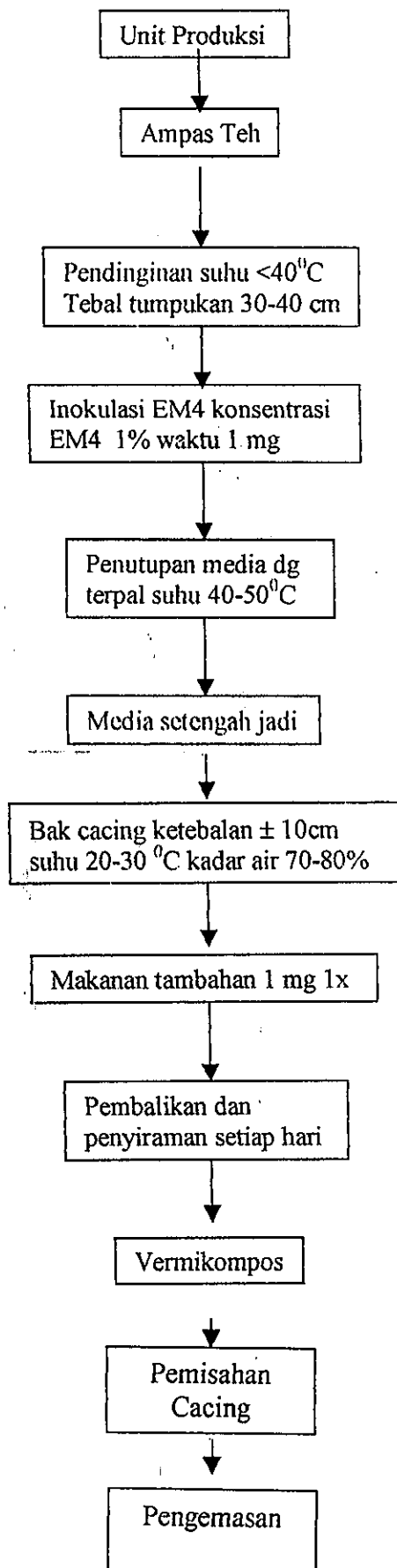
Adapun tujuan dari pengolahan limbah padat ini adalah :

- memenuhi kebutuhan pupuk organik
- pemanfaatan limbah ampas teh
- meningkatkan nilai ekonomis dari limbah ampas teh

Untuk lebih jelasnya pengolahan limbah padat dapat dilihat pada Proses diagram alir thermofil sebagai berikut :



Gambar 2 : Diagram Alir Proses Thermofil Pada Pengolahan Limbah Padat



Gambar 3.4 Diagram Alir Proses Vermikompos

Demikianlah komitmen P.T. Sinar Sosro dalam melaksanakan pengolahan limbah cair maupun limbah padat agar tidak merusak dan mencemari lingkungan. Disamping itu P.T. Sinar Sosro juga telah melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan maupun tanggungjawab terhadap tenaga kerja. Hal ini terbukti dengan diterimanya keberadaan perusahaan oleh masyarakat sekitar dan tenaga kerja yang ada di perusahaan hampir semuanya berasal dari penduduk setempat. Hingga saat ini perusahaan tidak pernah didemo oleh masyarakat maupun oleh tenaga kerja, ini membuktikan adanya kepuasan dari masyarakat maupun tenaga kerja. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa P.T. Sinar Sosro telah melaksanakan etika ekobisnis atau etika bisnis yang berwawasan lingkungan.

## **2. Kendala-kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Etika Ekobisnis**

Pada prinsipnya hampir tidak ada kendala yang dihadapi oleh perusahaan minuman ringan, berskala besar dalam menerapkan etika ekobisnis di perusahaannya. Perusahaan sangat menyadari arti pentingnya menerapkan etika ekobisnis, karena dalam jangka panjang akan banyak sekali manfaat yang dapat diperolehnya. Perusahaan tersebut mempunyai orientasi agar produk minumannya dapat bersaing dengan produk sejenis dan dapat diterima oleh pasar internasional. Perusahaan juga mempunyai filosofi, serta visi dan misi perusahaan yang jelas.

Pembuatan IPAL adalah upaya perusahaan untuk mentaati Undang-

Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup, Kep.MEN-KLH No.02/MEN-KLH/1998, dan SK Gubernur Jawa Tengah No. 660.1/02/1997.

Disini tampak bahwa sasaran dari proses *social engineering* yaitu menggerakkan tingkah laku atau mencapai keadaan yang dikehendaki dan ditentukan dengan jelas dalam Undang-Undang. Dengan adanya UU dan peraturan tersebut P.T.Coca-Cola dan P.T.Sinar Sosro didorong dan diwajibkan mengolah limbah sesuai dengan baku mutu yang ditetapkan.

Penegakan hukum lingkungan yang konsisten merupakan langkah yang secara ekonomis sangat efisien. Timbulnya pelanggaran peraturan per undang-undangan lingkungan yang mengakibatkan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup secara potensial menjadi beban ekonomi masyarakat, negara dan juga industri pelanggar yang bersangkutan.<sup>98)</sup>

P.T. Coca-Cola dan P.T.Sinar Sosro berupaya agar tidak melanggar undang-undang dan peraturan lingkungan hidup yang telah ditetapkan oleh Pemerintah. Kedua perusahaan ini sadar betul tentang arti penting menjaga dan melestarikan lingkungan serta selalu berupaya menghasilkan produk bersih.

Perwujudan produk bersih didasarkan pada 4 (empat) strategi seperti dibawah ini :<sup>99)</sup>

*Pertama*, merupakan upaya penerapan strategi pencegahan yang berkelanjutan terhadap proses dan produk untuk mengurangi resiko terhadap

---

98) Arief Hidayat dan FX.Aji Samekto, op.cit., hal.24

99) ID Gede Raka dkk., 1999, *Paradigma Produksi Bersih*, PT.Nuansa, Bandung, hal.21

manusia dan lingkungan hidup serta sumber daya alamnya.

*Kedua*, merupakan upaya untuk menggarap proses produksi dengan strategi yang meliputi pelestarian bahan mentah dan energi, penghilangan pemakaian B3, dan pengurangan kadar racun dari semua bentuk buangan dan limbah sebelum meninggalkan proses produksi.

*Ketiga*, dalam proses menghasilkan produk, strategi produk bersih memusatkan perhatian pada upaya pengurangan dampak lingkungan di seluruh daur suatu produk, mulai dari ekstraksi bahan mentah sampai ke pembuangan limbah produk tersebut.

*Keempat*, meliputi upaya penguasaan teknik pelaksanaan, penyempurnaan teknik yang sudah ada, dan pengubahan sikap, pandangan dan perilaku produsen.

Pihak perusahaan sadar benar bahwa tugas kontrol yang dijalankan oleh pemerintah jika perusahaan tidak menerapkan etika ekobisnis dan tidak menghasilkan produk bersih, dapat juga dijalankan oleh konsumen dengan cara menuntut agar barang-barang diproduksi dengan berlandaskan prinsip produksi bersih. Walaupun tuntutan ini hampir tidak pernah dilakukan oleh konsumen, tetapi perusahaan Coca-Cola dan teh Sosro berusaha agar hal ini tidak terjadi pada perusahaannya. Karena jika hal ini terjadi, maka dapat merusak citra perusahaan.

Dengan menerapkan etika ekobisnis, kedua perusahaan ini dapat memperluas segmen pasar ke luar negeri dan berani bersaing dengan produk sejenis di pasar global.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut diatas, hampir tidak ada kendala yang



dihadapi oleh perusahaan Coca-Cola dan teh Sosro dalam menerapkan etika ekobisnis.

Pada industri minuman berskala menengah kebawah, penerapan etika ekobisnis belum dijalankan dengan sepenuhnya, terutama dalam menghasilkan produksi bersih, hal ini antara lain disebabkan oleh empat faktor berikut, yaitu : 100)

- a. Faktor pelaksana/pelaku industri
- b. Faktor hubungan dengan pemerintah
- c. Faktor pasar
- d. Faktor masyarakat umum

Penjelasan untuk masing-masing faktor tersebut diberikan dalam pembahasan berikut ini :

#### **Faktor pelaksana/pelaku industri**

Industri minuman berskala menengah kebawah pada umumnya dikuasai oleh masyarakat industri yang memiliki latar belakang sebagai pedagang. Pada umumnya, industri yang mereka kelola merupakan salah satu mata rantai dari seluruh rangkaian produksi. Dengan demikian, proses produksi hanya diperhatikan secara sebagian saja, dan tidak secara keseluruhan. Perhatian mereka juga tertuju pada konsumen dalam negeri, dan hanya sedikit tertuju pada peluang ekspor.

Di sisi lain, pengetahuan manajemen industri mereka sangat lemah, karena umumnya manajemen puncak dipegang oleh para pemiliknya sendiri. Komunikasi dalam pengambilan keputusan hanya berlangsung satu arah

---

100) ID.Gede Raka dkk., op.cit., hal.63

saja, yaitu bersifat *top-bottom*. Usulan dari para bawahan, yang biasanya mengikuti berbagai penyuluhan atau seminar, seringkali tidak ditanggapi secara serius, atau mungkin memang tidak mampu meyakinkan para pemegang manajemen.

Umumnya, manajemen yang dijalankan merupakan *one-man army*, yang memberikan wewenang pengambilan keputusan hanya kepada pemilik langsung. Patut disayangkan bahwa umumnya para pemilik tersebut tidak memiliki banyak waktu karena harus memikirkan berbagai urusan lain seperti pasar, karyawan, kenaikan harga, pembelian mesin baru yang lebih canggih, dan lain sebagainya yang lebih mendesak untuk diselesaikan.

Masyarakat pedagang mempunyai kecenderungan untuk melihat pedagang sesamanya sebagai pesaing. Ini terlihat dari sikap keengganan mereka untuk menjadikan pabriknya sebagai *pilot project* atau proyek percontohan bagi suatu program. Padahal, di luar negeri pabrik yang menjadi proyek percontohan merupakan kebanggaan. Bahkan proyek percontohan tersebut dijadikan sebagai sarana promosi.

Masyarakat industri kita masih mempunyai 'budaya tunggu', kurang motivasi, dan kurang dapat melihat 'peluang', sehingga suatu hal yang baru tidak bisa segera diterima. 'Tunggu orang lain dulu, lihat hasilnya' sudah menjadi sikap yang umum diadopsi.

Dalam kaitannya dengan produksi bersih, konsep tersebut masih sering diartikan sebagai sekedar 'WC bersih', dan bukannya sebagai perangkat untuk *cost saving*. Hal ini disebabkan karena program produksi bersih tidak segera memberikan hasil yang nyata, seperti yang dihasilkan dari

penghematan BBM. Hal itu juga disebabkan oleh lemahnya manajemen akuntansi, sehingga tidak ada data *financial* yang akurat sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Disamping itu, sejauh ini belum terdapat asosiasi semacam Kadin yang cukup mampu untuk menggalang usaha ini.

#### **Faktor hubungan dengan pemerintah**

Dalam kaitannya dengan pemerintah, beberapa hal berikut memberikan sumbangan dalam menghambat tercernanya konsep produksi bersih oleh masyarakat.

1. Penerangan yang salah karena produk bersih selalu dihubungkan/dikaitkan dengan limbah, terutama karena keikutsertaan Bepedal dengan *law of enforcement*-nya.
2. Pemerintah, melalui Bapedal, seakan-akan berperan besar dalam menentukan langkah-langkah yang harus diambil tanpa secara memadai melihat persoalan yang ada di kalangan bawah'. Walaupun demikian, penggunaan *soft instrumen* oleh pemerintah juga belum tentu bisa memberikan hasil yang memuaskan.
3. Trauma karena penanganan limbah
  - Sebagian pengusaha yang telah menangani limbah dengan baik, yang tentunya dengan mengeluarkan biaya, merasa tidak bisa bersaing dengan perusahaan yang sejenis yang tidak mengolah limbahnya secara memadai.
  - Sebagian pengusaha lainnya yang sudah mulai melakukan penanganan limbah, tetapi belum berhasil dengan baik, merasa di-  
'korek-korek' oleh oknum-oknum tertentu.

### **Faktor pasar/konsumen/pemasok (supplier)**

Terlihat bahwa para konsumen belum bereaksi terhadap isu produk bersih. Isu pasar global, yang bisa memicu kesadaran akan pentingnya produk bersih, belum bisa menyentuh masyarakat industri kecil dan menengah. Masyarakat industri kita belum menyadari bagaimana industri di luar negeri dapat bertahan hidup, meskipun harga berbagai bahan, dan komponen dan gaji karyawan tinggi. Tampaknya saat ini adalah saat yang tepat untuk menyadarkan masyarakat industri Indonesia.

Dalam usaha penyadaran masyarakat, para pemasok harus bisa meyakinkan masyarakat industri bahwa produk bersih, yang sekarang memang kelihatan lebih mahal, secara keseluruhan akan bisa lebih murah. Sebagai contoh, kita bisa melihat *dyestuff* buatan pabrik-pabrik besar di Eropa yang memang bersih dan mahal. Akan tetapi, penanganan limbahnya lebih murah.

### **Faktor Masyarakat**

Sadar bersih (*clean awareness*) dalam masyarakat pada umumnya masih sangat kurang, karena lemahnya pengertian mereka akan konsep produk bersih. Sebagai contoh, umumnya karyawan masih bersedia untuk bekerja di tempat yang kotor karena kebanyakan karyawan berasal dari kalangan petani. Ia tidak sadar bahwa limbah tidak sama dengan lumpur sawah, meskipun sama hitamnya. Selain itu, istilah 'bersih itu hemat' (*clean is cost saving*), belum sepopuler istilah 'bersih itu sehat'.

Dari penelitian diperoleh data bahwa perusahaan minuman kelas menengah kebawah pada umumnya belum sepenuhnya melaksanakan etika

ekobisnis, hal ini dapat dilihat dari :

- perusahaan tidak memiliki Instalasi Pengolah Limbah dan beranggapan bahwa limbah yang dihasilkan dari produknya tidak berbahaya bagi lingkungan, sehingga limbah cair cukup dibuang ke selokan yang ada di sekitar perusahaan.
- jumlah produksinya tidak besar, hanya memenuhi segmen pasar tertentu dan pemasarannya hanya berkisar di Jawa Tengah dan Jakarta. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini tidak memiliki modal yang besar, sedangkan untuk membuat unit pengolah limbah dibutuhkan dana yang tidak sedikit dan perlu dana rutin untuk pengoperasian unit pengolah limbah tersebut.
- sikap perusahaan itu sendiri dan tidak adanya etika untuk menjaga dan melestarikan lingkungan sekitarnya. Perusahaan beranggapan bahwa mengeluarkan dana untuk menjaga kelestarian lingkungan bukan merupakan suatu investasi. Bahkan hanya akan menambah biaya produksi saja, anggapan ini keliru karena berinvestasi di bidang lingkungan akan sangat bermanfaat dan dapat mengangkat citra perusahaan di masyarakat.

Apabila keberadaan perusahaan tersebut merugikan masyarakat , maka konsekuensi yang harus diterima perusahaan adalah diboikot oleh masyarakat sekitar. Bahkan sudah banyak terjadi perusahaan harus mengganti biaya kerusakan lingkungan yang jumlahnya tidak sedikit.

Bagi perusahaan minuman kelas menengah, ada kendala yang dihadapi dalam menerapkan etika ekobisnis. Umumnya pengusaha menghadapi dua

kendala/hambatan utama, yaitu : hambatan teknis dan hambatan keuangan. 101)

### **Hambatan teknis**

Hambatan teknis mencakup keterbatasan dalam kemampuan pengusaha atau industri yang bersangkutan dalam mengembangkan, mengevaluasi, dan melaksanakan program pencegahan pencemaran. Hambatan itu meliputi rendahnya kesadaran pada isu pengelolaan pencemaran pada tingkat pengambil keputusan, berkurangnya pengetahuan dan pengalaman pada pencegahan pencemaran yang secara langsung dapat diterapkan. Disamping itu, sikap negatif untuk mengubah proses industri yang dianggap mapan dapat menghambat upaya-upaya meminimumkan limbah.

Para pelaku praktek yang mengupayakan pengendalian pencemaran umumnya tidak mau menerima resiko dari teknologi yang dianggap baru dan belum dapat dibuktikan manfaatnya. Disamping itu, ketidakpercayaan terhadap proses alternatif juga menimbulkan keengganan dalam mengubah kebiasaan melakukan praktek bisnis.

### **Hambatan keuangan**

Disamping hambatan teknik, keinginan untuk melakukan pencegahan pencemaran dapat terhambat oleh terbatasnya kemampuan keuangan. Bagi perusahaan besar dengan kemampuan yang cukup, upaya meningkatkan efisiensi pada proses produksi bukanlah merupakan masalah. Akan tetapi, keuangan akan merupakan masalah bagi perusahaan kecil dan menengah.

---

101) ID Gede Raka dkk, op.cit., hal.44

Tingkat pencemaran pada perusahaan dengan teknologi baru biasanya rendah, sehingga tidak perlu mengupayakan pencegahan pencemaran.

### **Peranan industri dan pemerintah dalam pencegahan pencemaran**

Peranan pemerintah dalam meningkatkan upaya pencegahan pencemaran adalah dengan memberikan pemikat (*incentive*) untuk menanggulangi hambatan keuangan dan hambatan teknik. Pemikat itu dapat dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu : metode penegakan hukum dan metode bantuan teknik dan ekonomi. Upaya untuk menegakkan dan mengamankan persyaratan teknik dan lingkungan pada kegiatan manufaktur yang menghasilkan limbah beracun merupakan kewajiban pemerintah dan aparaturnya. Disamping itu, aparaturnya juga perlu menegakkan peraturan secara luwes dan mendorong para pengusaha agar mengoperasikan kegiatannya dengan menghilangkan atau mengurangi limbahnya.

Pemerintah yang mampu menyediakan bantuan teknik dan ekonomi dapat meningkatkan upaya pencegahan pencemaran melalui penelitian, penyediaan dana 'murah', dan penyebaran informasi. Peranan pengusaha dalam pencegahan pencemaran adalah dalam mengembangkan dan melaksanakan program dengan tujuan mengurangi atau menghilangkan limbah. Keberhasilan program ini membutuhkan perubahan dalam budaya perusahaan (*corporate culture*), dukungan penuh dari pimpinan puncak, dan peran serta seluruh karyawan dari berbagai fungsi dan tingkat kegiatan.

*Langkah pertama yang harus dilakukan menghadapi tantangan dalam*

pencegahan pencemaran adalah menelaah ulang dan menganalisis manfaat yang dapat diraih, sehingga perjuangan ini menjadi menarik, disamping memahami berbagai hambatan dalam pelaksanaannya. *Langkah kedua* adalah berusaha untuk mendapatkan dukungan dari pimpinan perusahaan dan mengembangkan kebijaksanaan prosedur dalam perusahaan untuk memaksimalkan manfaat dengan memperhatikan hambatannya. *Yang terakhir*, tujuan upaya pencegahan pencemaran perlu ditetapkan. Dengan ketiga langkah tersebut, program pencegahan pencemaran dapat dimapankan.

Pendekatan terhadap perlindungan lingkungan dalam industri selama ini adalah apa yang disebut sebagai metode ujung pipa (*end-of-pipe*). Ini dilakukan dengan membangun sejumlah fasilitas pengolahan limbah berupa *effluent* gas dan cairan. Sejauh ini, tidak banyak perhatian yang diberikan pada usaha pencegahan terbentuknya limbah selama proses produksi dalam industri.

Pendekatan ujung pipa ini mulanya dipelopori oleh negara-negara maju, yang belakangan ini telah beralih pada usaha pencegahan limbah, dan secara terus-menerus berusaha memasarkan *plant* pengolahan limbah, ke negara-negara berkembang. Pendekatan ujung pipa ini memang menguntungkan lingkungan. Namun demikian, para produsen harus mengeluarkan biaya untuknya tanpa mendapatkan keuntungan yang nyata sebagai hasilnya. Biaya ini, pada gilirannya, juga akan dibebankan sebagiannya kepada para konsumen. Karena itu, pendapat yang umum diterima adalah bahwa pendekatan ujung pipa ini baik bagi lingkungan, akan



tetapi tidak menguntungkan bagi para produsen dan konsumen.

Berdasarkan kenyataan, tindakan pencemaran yang diakibatkan limbah industri (yang sering diungkap media massa) hampir semuanya bersumber pada belum berfungsinya instalasi pengolahan limbah yang efektif. Kenyataan juga sering menunjukkan adanya tendensi pihak pengusaha yang kurang sungguh-sungguh dan sepenuh hati untuk membiayai pengolahan limbahnya secara tuntas, maupun untuk menanggulangi akibat-akibat pencemaran atau kerusakan lingkungan yang terjadi. Jadi resiko biaya penanggulangan pencemaran tetap menjadi beban masyarakat dan atau pemerintah. 102)

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, perusahaan harus lebih berhati-hati dalam menyikapinya, karena dalam Undang-Undang ini mengatur praktek baru dalam bidang hukum, yaitu gugatan perwakilan atau *class action*. Gugatan *class action* adalah prosedur dimana seseorang atau beberapa orang atau organisasi dapat mengajukan gugatan atas nama sejumlah orang yang mengalami kerugian yang sama, terhadap orang atau organisasi yang sama. Gugatan ini menyangkut kepentingan banyak orang yang memiliki tuntutan yang sama. Peranan *class action* penting dalam kasus pencemaran lingkungan yang menyangkut "*a mass of people*" di pedesaan, yaitu rakyat biasa yang awam terhadap ilmu pengetahuan.

Gugatan secara *class action* ini merupakan perkembangan baru dalam bidang hukum, sebagai mekanisme baru yang tidak dikenal dalam Hukum

---

102) Arief Hidayat dan FX.Aji Samekto, op.cit., hal.43

Acara Perdata kita. Pengaturannya terdapat dalam Bab VII pada pasal 37-39.

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 menetapkan penyelesaian lingkungan secara perdata dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan secara sukarela para pihak yang bersengketa. Pengaturannya terdapat dalam pasal 30-34. Tetapi penyelesaian sengketa di luar pengadilan ini tidak berlaku terhadap tindak pidana lingkungan.

Pasal 31 menyatakan, penyelesaian sengketa lingkungan hidup di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan tertentu, guna menjamin tidak akan terjadinya atau terulangnya dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Menurut penjelasan pasal 32, untuk melancarkan jalannya perundingan di luar pengadilan, para pihak yang berkepentingan dapat meminta jasa pihak ketiga netral yang dapat berbentuk :

1. Pihak ketiga netral yang tidak memiliki kewenangan mengambil keputusan. Pihak ini berfungsi sebagai pihak fasilitator para pihak yang berkepentingan sehingga dapat tercapai kesepakatan. Pihak ketiga netral ini harus :
  - disetujui oleh para pihak yang bersengketa
  - tidak memiliki hubungan keluarga dan atau hubungan kerja dengan salah satu pihak yang bersengketa

- memiliki ketrampilan untuk melakukan perundingan atau penengahan
  - tidak memiliki kepentingan terhadap proses perundingan maupun hasilnya
2. pihak ketiga netral yang memiliki kewenangan mengambil keputusan berfungsi sebagai arbiter, dan semua putusan arbitrase ini bersifat tetap dan mengikat para pihak yang bersengketa.

Demikianlah gugatan yang dapat diajukan oleh masyarakat apabila masyarakat merasa dirugikan oleh aktivitas perusahaan yang merusak dan mencemari lingkungan.

Penegakan hukum lingkungan yang konsisten merupakan langkah yang secara ekonomis sangat efisien. Timbulnya pelanggaran peraturan perundang-undangan lingkungan yang mengakibatkan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup secara potensial menjadi beban ekonomi masyarakat, negara dan juga industri pelanggar yang bersangkutan. 103)

Dari uraian di atas tampak bahwa, cara kita mengkonsumsi produk dan mengeruk sumber daya alam menjadi semakin merusak lingkungan. Para produsen tidak berupaya keras untuk melaksanakan etika ekobisnis dan menghasilkan produk bersih karena diperlukan biaya tambahan untuk melakukan pengolahan limbah ujung pipa. Sementara itu, para konsumen juga tidak menuntut adanya produk bersih dan telah puas dengan produk 'kotor', karena mereka tidak ingin menanggung biaya yang terkait. Sikap yang umumnya diambil didasarkan pada asumsi bahwa kebutuhan akan

---

103) Arief Hidayat dan FX.Aji Samekto, op.cit., hal. 24

pembangunan ekonomi lebih mendesak dari pada pembersihan lingkungan.

Artinya, kita perlu untuk mendahulukan pembangunan ekonomi, dan baru melakukan pembersihan lingkungan. Hal ini adalah keliru, bagaimanapun perlu kita sadari bahwa penundaan dalam penanganan kerusakan lingkungan akan menimbulkan biaya sosial yang tinggi dan penderitaan.

Guna mencapai pembangunan yang berkelanjutan, pengembangan industri di Indonesia sebaiknya : 104)

- a. diarahkan pada pencapaian kemandirian ekonomi nasional,
- b. dapat meningkatkan kemampuan bersaing
- c. dapat meningkatkan pangsa pasar baik di dalam negeri maupun di luar negeri
- d. selalu memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup, dan
- e. memperluas lapangan kerja dan kesempatan usaha dan pada saat yang sama mendorong berkembangnya kegiatan berbagai sektor pembangunan lainnya.

Dalam rangka upaya pelestarian lingkungan, pendekatan yang menyeluruh dalam pengembangan industri perlu dikembangkan. Upaya pengendalian pencemaran yang semula dipandang sebagai beban, sekarang dapat dipandang sebagai suatu keuntungan melalui penerapan pola pikir :

*Zat pencemar + Iptek Bersih = Potensi Sumber Daya Alam*

### **3. Pengaruh Etika Ekobisnis Terhadap Pengembangan Perusahaan**

Bisnis tidak hanya bermaksud memenuhi kebutuhan masyarakat

---

104) ID Gede Raka, op.cit., hal. 22

konsumen. Lebih dari itu, bisnis juga harus mampu menyediakan sarana-sarana yang dapat menarik minat dan perilaku membeli konsumen. Bisnis harus mencapai tujuan dalam mempertahankan operasinya.

Secara umum, maksud dan tujuan bisnis sangat terkait erat dengan faktor-faktor berikut :

- a. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Keuntungan usaha
- c. Pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan
- d. Mengatasi berbagai risiko
- e. Tanggungjawab sosial

Kemampuan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan salah satu cara agar bisnis dapat dikelola secara berkelanjutan. Meskipun demikian, faktor yang sangat penting dalam mengelola bisnis adalah memperoleh keuntungan bisnis. Keuntungan mempunyai pengertian yang sangat luas dan berbeda bagi setiap individu atau kelompok yang memiliki bisnis. Hal ini menyangkut perbedaan keyakinan normatif, sikap, perilaku, dan persepsi pelaku bisnis atas pengelolaannya.

Keuntungan dalam terminologi bisnis adalah laba (nominal) yang diperoleh. Keuntungan dalam hal ini berbeda dari pendapatan bisnis. Keuntungan bisnis diperoleh dari hasil operasi perusahaan selama periode tertentu (penjualan dikurangi biaya-biaya untuk menghasilkan dan memasarkan produk ditambah pajak). Keuntungan itu akan dipakai oleh bisnis dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektifitas bisnis. Efisiensi dan efektifitas merupakan faktor kunci bisnis untuk meraih kesempatan dan

peluang yang besar dalam persaingan.

Pada dekade 1990-an, bisnis telah dihadapkan pada beberapa tantangan ekonomi dunia. Salah satu permasalahan yang mendapat perhatian serius dari berbagai kalangan adalah tanggungjawab sosial bisnis. Tanggungjawab sosial yang dipermasalahkan adalah kepedulian dunia bisnis terhadap kualitas produk, pemeliharaan tenaga kerja/hak-hak pekerja (internal), dan sumberdaya alam/lingkungan (eksternal). Perubahan iklim bisnis membawa pengaruh terhadap banyak hal. Agar bisnis tetap berjalan dengan baik dan mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan, maka bisnis harus peka terhadap permasalahan tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mengantisipasi persaingan bisnis global abad ke-21.

Dalam bisnis global, pesaing datang dari berbagai negara yang berbeda. Mereka memasarkan produk-produk dengan kualitas tinggi dan harga bersaing. Bagaimana kesiapan dunia bisnis Indonesia menghadapi kondisi seperti ini? Apakah mereka masih akan mengandalkan payung proteksi dan tetap menjadi jago kandang ?

Derasnya arus globalisasi banyak berkaitan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang dicapai dunia. Dengan teknologi tersebut memungkinkan produsen dan konsumen yang berasal dari negara-negara yang berbeda berkomunikasi satu dengan lainnya menggunakan bentuk komunikasi yang bermacam-macam. Penguasaan teknologi dan bahasa internasional sangat mempengaruhi karir orang yang ingin berkecimpung di dunia bisnis.

Dalam bisnis globalisasi, kualitas produk sangat diperhatikan. Jaminan kualitas yang sering kita dengar adalah sertifikat ISO seri 9000 dan ISO seri

14000. Sertifikat ISO 9000 diciptakan untuk mengakui perusahaan-perusahaan yang memiliki produk, pelayanan, dan praktek-praktek manajemen. ISO 9000 semula dikembangkan untuk Masyarakat Eropa, tetapi standar tersebut telah diadopsi oleh berbagai negara di dunia seperti Austria, Swiss, Norwegia, Jepang, Australia, Amerika Selatan, dan Afrika. Berbeda dengan ISO 9000 yang lebih berorientasi pada pengelolaan internal, ISO 14000 telah menapak ke lingkungan eksternal, yaitu memperhitungkan dampak yang ditimbulkan organisasi terhadap lingkungannya.

Pengaruh standar kualitas internasional sudah dirasakan oleh kalangan bisnis Indonesia. Produk-produk Indonesia yang akan memasuki negara tertentu kelak harus memenuhi standar kualitas ISO 9000. Di samping ISO seri 9000, kepedulian terhadap lingkungan telah melahirkan ISO seri 14000. Perusahaan-perusahaan yang dinilai mampu beroperasi secara aman dan tidak merusak lingkungan, dapat memperoleh sertifikat ini.

Kualitas yang tinggi merupakan kunci utama yang harus dimiliki perusahaan-perusahaan Indonesia untuk bersaing di pasar internasional. Penekanan kualitas pada hakikatnya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu penekanan teknis/manufaktur dan penekanan pada konsumen. Secara teknis, produk dikatakan berkualitas jika telah memenuhi spesifikasi tertentu. Namun hal tersebut tidak menjamin produk laku di pasar. Untuk itu, produk juga harus memenuhi spesifikasi yang ditetapkan oleh konsumen. Dipandang dari sisi konsumen, produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kualitas adalah tingkat kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen.

Perusahaan yang memproduksi baik barang maupun jasa harus melihat ulang proses operasi mereka sehubungan dengan adanya peningkatan peraturan yang berhubungan dengan polusi lingkungan. Karena lebih murah untuk mencegah polusi daripada untuk membersihkan limbah, maka perusahaan harus mendesain produk dan proses produksinya untuk mencegah atau mengurangi polusi. Sebagai contoh pada industri kulkas yang saat ini tidak lagi menggunakan freon karena dapat merusak ozon.

Tidak hanya penghasil barang yang harus melihat kembali proses produksinya, namun penghasil jasa juga harus menemukan cara sehingga proses operasi mereka lebih ramah lingkungan. Contohnya adalah McDonald's yang mengganti pembungkus makanan yang terbuat dari *styrofoam* dengan kertas *recycle*.

Masalah lingkungan hidup makin menarik perhatian banyak pihak dalam dua dasawarsa terakhir ini. Perhatian tersebut tidak hanya berasal dari para ahli, tetapi juga berasal dari kalangan pemerintah dan masyarakat luas. Perhatian tersebut tentu makin memenuhi harapan kita untuk mengajak semua pihak secara bersama-sama berperan aktif dalam pengabdian lingkungan hidup.

Dimasa mendatang, peran dunia usaha dalam lingkungan hidup akan semakin penting. Hal ini sejalan dengan proses globalisasi yang tidak hanya diwarnai oleh perekonomian dan perdagangan bebas, tetapi juga ditandai oleh makin meluasnya pengaruh global terhadap cara pandang masyarakat dan nilai-nilai yang berpihak kepada lingkungan. Keberpihakan cara pandang tersebut akan makin meningkat dan meluasnya kebutuhan hidup yang



berkualitas.

Untuk mengantisipasi perkembangan tersebut, pemerintah akan terus mengembangkan kebijaksanaan pembangunan yang makin menjamin terciptanya kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Arah kebijaksanaan tersebut akan terus dipertahankan dengan mengajak segenap lapisan masyarakat, termasuk dunia usaha untuk bersama-sama membangun tanpa merusak lingkungan. Kondisi yang demikian diharapkan dapat mendorong terwujudnya konsep pembangunan yang berkelanjutan sekaligus meletakkan landasan pembangunan jangka panjang yang mampu menjamin kepentingan generasi mendatang.

Konsep pembangunan berkelanjutan tersebut mengharuskan kita untuk mengintegrasikan kepentingan lingkungan ke dalam setiap sektor pembangunan ekonomi, sosial, hukum, dan teknologi. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mengintegrasikan pertimbangan-pertimbangan lingkungan dalam kebijaksanaan ekonomi.

Sistem insentif dan disinsentif dalam kegiatan ekonomi juga tengah dikembangkan untuk mendorong masyarakat, termasuk dunia usaha untuk ikut bersama-sama dalam upaya pembangunan yang berwawasan lingkungan. Penyediaan bantuan pinjaman lunak bagi dunia usaha atau investor untuk keperluan pembuatan sistem pengolahan limbah adalah salah satu contoh usaha untuk mendorong dunia usaha untuk ikut serta dalam pengelolaan lingkungan hidup. Upaya-upaya seperti itu juga dapat dilihat dari makin berkembangnya "bank hijau" (*green bank*), yaitu usaha perbankan yang makin mempedulikan lingkungan dalam beberapa tahun terakhir ini.

Pengintegrasian aspek lingkungan ini juga akan terus diupayakan dalam penggunaan dan pengembangan teknologi dengan tujuan pemasyarakatan penggunaan teknologi tidak merusak lingkungan.

Pembangunan teknologi lingkungan mencakup tiga hal pokok, yaitu :

- pengembangan teknologi yang efisien
- hemat bahan baku
- teknologi yang tidak terlalu mengeluarkan banyak limbah

Prinsip tersebut terutama akan dilaksanakan melalui dua pendekatan, yaitu

*Pertama*, pengembangan konsep “produksi bersih”. Cara pendekatan ini mengutamakan pengembangan rancang bangun peralatan produksi yang efisien sehingga keluaran limbahnya dapat ditekan.

*Kedua*, dapat pula dikembangkan sistem produksi yang secara integratif dilengkapi dengan proses pengolahan limbah. Pendekatan yang pertama memerlukan perubahan-perubahan sistem rancang bangun teknologi dengan menggunakan landasan pemikiran yang sama sekali baru. Sedangkan konsep yang kedua bersifat lunak, yaitu pengembangan peralatan sistem pengolahan limbah yang diintegrasikan dengan peralatan induknya.

Langkah-langkah pengembangan teknologi berwawasan lingkungan tersebut sejalan dengan prinsip manajemen yang mengutamakan efisiensi. Pendekatan ini, selain akan membawa manfaat bagi lingkungan juga akan menguntungkan secara ekonomi. Secara makro, pengembangan teknologi yang efisien, hemat bahan baku dan energi akan dapat mengatasi pemborosan sumberdaya yang dapat menyebabkan merosotnya kualitas lingkungan. Kemerossotan kualitas lingkungan ini selain akan mengurangi

kenyamanan hidup juga akan mengancam keberadaan daya dukung atau penyangga pembangunan di masa depan. Pendekatan ini juga mengurangi resiko kerusakan sumberdaya alam dan bumi akibat pencemaran dan penggunaan sumberdaya alam yang berlebihan.

Secara mikro, perlindungan lingkungan berkaitan dengan keuntungan ekonomi. Bagi kalangan dunia usaha, lingkungan bukan lagi merupakan beban tetapi peluang usaha baru. Kenyataan menunjukkan bahwa sistem usaha yang dikembangkan sejalan dengan kepentingan pengelolaan lingkungan, secara ekonomis menguntungkan.

Pada tahap awal mungkin diperlukan investasi yang jumlahnya tidak sedikit, tetapi dalam jangka panjang penggunaan teknologi berwawasan lingkungan akan mendorong penghematan dan bahkan keuntungan ekonomi. Pengalaman menunjukkan, perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan teknologi berwawasan lingkungan dapat menghemat biaya produksi. Kepedulian dunia usaha terhadap lingkungan juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang makin mengutamakan barang-barang berkualitas dan tidak merusak lingkungan. 105).

Jika ditinjau dari perspektif ekonomi, permasalahan lingkungan dapat muncul jika biaya lingkungan tidak dimasukkan ke dalam biaya produksi. Akibat selanjutnya adalah timbulnya ekonomi biaya tinggi. Dengan keadaan seperti ini, dapatlah dikatakan bahwa pertumbuhan ekonomi dan perlindungan lingkungan merupakan dua hal yang saling terkait dan saling

---

105) Gugup Kismono, op.cit., hal.19

mempengaruhi. Ini berarti bahwa pertumbuhan ekonomi berkelanjutan akan dapat terjadi, bila ada perlindungan lingkungan yang memadai.

Perusahaan yang sudah bergerak di bidang tertentu dalam suatu bisnis di dalam negeri seringkali lalu mencoba untuk mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Kekuatan-kekuatan bisnis yang telah dimilikinya untuk melayani pasar di dalam negeri dapat dikembangkan untuk melayani pasar luar negeri secara kompetitif. Hal ini akan menimbulkan beberapa pertimbangan yang mendorong mengapa suatu perusahaan melaksanakan atau terjun ke bisnis internasional, yaitu : 106)

1. Memanfaatkan kapasitas mesin yang masih menganggur yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
2. Produk tersebut di dalam negeri sudah mengalami tingkat kejenuhan dan bahkan mungkin sudah mengalami tahap penurunan (*decline phase*), sedangkan di luar negeri justru sedang berkembang (*growth*)
3. Persaingan yang terjadi di dalam negeri kadang justru lebih tajam katimbang persaingan terhadap produk tersebut di luar negeri.
4. Mengembangkan pasar baru ke luar negeri merupakan tindakan yang jauh lebih mudah katimbang mengembangkan produk baru (di dalam negeri).
5. Potensi pasar internasional pada umumnya jauh lebih luas katimbang pasar domestik.

Dalam suatu perusahaan, misi perusahaan memiliki peran yang signifikan

---

106) Indriyo Gitosudarmo, op.cit., hal. 14

dalam pencapaian tujuan. Misi tersebut memberikan arahan sekaligus batasan proses pencapaian tujuan. Dengan demikian, pemilik dan manajemen tidak saja sekedar berusaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan, akan tetapi tercapainya tujuan tersebut haruslah sesuai dengan karakter perusahaan. Tidak secara sembarangan.

Sekalipun belum cukup banyak penelitian yang mendalam tentang misi perusahaan, akan tetapi nampaknya dapat diketahui bahwa setidaknya ada tiga komponen pokok yang biasanya ditemukan dalam pernyataan misi perusahaan. Ketiga komponen pokok tersebut adalah :

1. spesifikasi kebutuhan konsumen yang handal dipuaskan oleh perusahaan yang dalam bentuk riilnya berupa barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan;
2. spesifikasi segmen pasar yang dituju sebagai kelompok sasaran dan wilayah pemasaran yang hendak dijangkau; dan
3. spesifikasi teknologi dan fungsi manajerial yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang telah dipilih.

Disamping ketiga komponen diatas, juga ditemukan empat komponen lain sebagai pelengkap yang memberikan kejelasan terhadap misi perusahaan.

Keempat komponen pelengkap tersebut adalah :

4. komitmen untuk bertahan hidup, pertumbuhan, dan laba;
5. perumusan falsafah perusahaan;
6. konsep kejati-dirian; dan
7. citra perusahaan yang diinginkan.

Kini ada elemen baru yang dijumpai yang perlu dibuat secara lebih eksplisit,

yakni :

8. komitmen terhadap karyawan; dan
9. tanggungjawab sosial terhadap masyarakat.

Dalam setiap misi perusahaan selalu disebut tiga komponen misi perusahaan, yaitu : produk, pasar dan teknologi. Misi perusahaan juga bertujuan bertahan hidup, memperoleh laba, dan berkembang lebih jauh di dalam misi perusahaan yang telah dirumuskan. Setelah laba diperoleh, perusahaan dapat berharap untuk tumbuh dan berkembang.

Ada berbagai ukuran pengembangan atau pertumbuhan perusahaan yang lazim digunakan, antara lain : 107)

- besarnya volume penjualan;
- laba yang diperoleh;
- kekayaan yang dimiliki;
- tenaga kerja yang diserap;
- jenis produk yang dihasilkan;
- harga saham di pasar;
- penguasaan pangsa pasar;
- keunggulan teknologi;
- dan lain sebagainya

Strategi pertumbuhan adalah strategi bersaing yang berusaha mengembangkan (membesarkan) perusahaan sesuai dengan ukuran besaran yang disepakati untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

---

107) Suwarsono, *Manajemen Strategik*, AMP YKPN, Yogyakarta, 1996, hal. 17

Perusahaan disebut tumbuh jika perusahaan tersebut, misalnya, berhasil meningkatkan volume penjualan, besarnya pangsa pasar yang dikuasai, besarnya laba yang diperoleh, wilayah pemasaran yang dijangkau, ragam produk yang dihasilkan, harta kekayaan yang dioperasikan, penguasaan teknologi, jumlah karyawan, dan ukuran lain yang ditetapkan. 108

Hingga kini, nampaknya strategi pertumbuhan merupakan strategi korporat yang paling banyak diterapkan. Hanya dengan pertumbuhan, perusahaan dapat berkembang yang pada gilirannya mampu mencapai tujuan perusahaan, keuangan dan strategik. Tujuan tersebut tidak dapat tercapai jika perusahaan hanya sampai pada tahap bertahan hidup. Apalagi saat ini persaingan antar perusahaan semakin tajam.

Secara detail dapat diuraikan beberapa alasan terjadinya strategi pertumbuhan/pengembangan perusahaan :

1. pertumbuhan telah diakui sebagai jalan menuju sukses bagi usahawan, jalan cepat mengembangkan usaha untuk meraih keberhasilan materiil;
2. pertumbuhan adalah sebab pokok yang dapat dijadikan alasan bagi eksekutif perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dan bonus serta sebab yang penting untuk terus menerus dipekerjakan pada perusahaan yang bersangkutan;
3. keberhasilan menumbuhkan perusahaan adalah ukuran terpenting keberhasilan manajer dan hampir pasti mereka ingin dikenal sebagai manajer yang berhasil membesarkan perusahaan;

---

108) Suwarsono, op.cit., hal. 184

4. tekanan dari pemilik dan berbagai pihak lain yang secara langsung berkepentingan terhadap perusahaan; dan
5. kepercayaan bahwa hanya dengan pertumbuhan perusahaan dapat terus menerus menjaga keberlangsungan hidupnya, apalagi pada industri tertentu yang tidak memiliki pilihan lain kecuali berkembang.

Pada umumnya, perkembangan perusahaan memiliki pola tertentu. Sebagian besar perusahaan dimulai dengan satu unit usaha yang relatif kecil dengan melayani wilayah pemasaran yang relatif sempit. Pada awalnya, perusahaan tersebut hanya menghasilkan produk yang terbatas dan tidak didukung oleh modal yang cukup, sehingga penguasaan pangsa pasarnya sangat terbatas. Tidak heran jika pada awalnya perusahaan merasa cukup dengan usaha untuk bertahan hidup. Kemudian barulah diikuti dengan usaha untuk mengembangkan perusahaannya. Biasanya masih bersifat konservatif, melalui pertumbuhan internal. Pengembangan usaha diarahkan sepenuhnya untuk meningkatkan volume penjualan, meningkatkan pangsa pasar, dan menumbuhkan kembangkan loyalitas konsumen.

Strategi perluasan pasar pada dasarnya berusaha menambah jangkauan pemasaran dari jenis barang yang sekarang telah diproduksi. Hal ini dilakukan dengan cara menambah sasaran pasar, memodifikasi (memperbanyak) saluran distribusi, memperbaiki (menambah) intensitas promosi. Perusahaan dapat memperluas wilayah pemasaran secara bertahap sejak dari pasar lokal, regional, nasional sampai pasar internasional. Perusahaan dapat juga mencoba menarik segmen pasar baru dengan cara mengembangkan produk yang diharapkan memiliki daya tarik untuk



kelompok konsumen tersebut.

Secara detail, strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan berbagai cara berikut. 109)

*Pertama*, dilakukan dengan jalan mengembangkan (merubah) ciri dan atribut produk. Pilihan ini dapat dikerjakan melalui beberapa teknik, antara lain :

- a. adaptasi
- b. modifikasi (warna, gerak, suara, aroma, bentuk)
- c. menambah (kuat, panjang, tebal, nilai lebih)
- d. mengurangi (kecil, ringan, pendek, tipis)
- e. mengganti (bahan, proses, kekuatan)
- f. mengatur ulang (pola, tata letak, urutan, komponen)
- g. membalik (lokasi yang sebelumnya tidak lazim)
- h. kombinasi

*Kedua*, perusahaan juga dapat melakukan dengan cara mengembangkan produk yang memiliki berbagai tingkatan kualitas. Belakangan ini, teknik tersebut amat populer diterapkan, sekalipun teknik ini dapat memberikan kerancuan akan reputasi dan citra perusahaan. Kemungkinan resiko tersebut lebih banyak dijumpai pada perusahaan yang sebelumnya hanya dikenal sebagai perusahaan yang menghasilkan barang yang berkualitas tinggi. Bisa jadi terkesan ada penurunan kualitas, yang pada ujungnya dapat mengurangi kebanggaan konsumen dalam memakai barang. Efek ini lebih terasa pada perusahaan yang memiliki segmen pasar yang berpendapatan amat tinggi dan gaya hidup yang khas. Bagi mereka, keunggulan dan keunikan barang

---

109) Suwarsono, op.cit., hal. 189

menjadi determinan utama keputusan pembelian. Tidak begitu terasa pada perusahaan yang sebelumnya hanya menghasilkan barang berkualitas rendah. Bisa jadi malah menguntungkan, karena bisa menimbulkan kesan baru tentang perbaikan mutu produk.

Disamping itu, perusahaan juga dapat mengembangkan produk dengan berbagai ukuran dan model (profilisasi produk). Strategi ini cenderung tepat diterapkan pada produk yang dituntut untuk terus menerus mengikuti perkembangan selera konsumen, khususnya yang berkaitan dengan perubahan mode. Target pasar yang dituju memiliki tingkat perubahan selera yang relatif cepat, dalam waktu yang relatif pendek. Perusahaan yang terlebih dahulu mampu mengikuti perubahan tersebut memiliki peluang untuk memperoleh margin laba yang tinggi yang biasanya terjadi pada saat awal perubahan diperkenalkan.

*Terakhir*, perusahaan juga dapat melakukan inovasi produk. Pilihan yang terakhir ini semakin sering dilakukan, sekalipun sampai kini masih memiliki tingkat kegagalan yang tinggi. Nampaknya tidak berlebihan jika dikatakan bahwa konsumen berharap akan adanya inovasi produk secara periodik. Setidaknya ada perubahan yang substansial. Jika pilihan ini berhasil dilakukan, perusahaan memiliki kemungkinan menikmati laba yang besar pada saat produk baru tersebut diterima masyarakat, khususnya pada tahap pertumbuhan. Apalagi, jika juga membawa efek samping kedaluwarsaan produk pesaing.

Seperti diketahui kegiatan bisnis selalu bertujuan mencari keuntungan. Perolehan keuntungan dalam hal ini memegang peranan penting, karena

dengan meningkatnya keuntungan bobot modal bertambah besar, yang dapat diinvestasikan dalam usaha produktif, sehingga menghasilkan kekayaan lebih besar lagi, dapat mensejahterakan karyawan, dsb.

Menurut Henry R. Cheeseman, ada empat teori tanggungjawab sosial, yaitu : 110)

- maximizing profits
- moral minimum
- stakeholder interest
- corporate society

Ini berarti bahwa tujuan berdirinya suatu perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan yang diperolehnya. Tetapi perusahaan juga harus mempunyai tanggungjawab moral dalam menjalankan usahanya. Harus selalu diupayakan agar kegiatan usahanya tidak merugikan pihak-pihak lain, apabila hal itu terjadi diusahakan seminimal mungkin dan perusahaan bertanggungjawab untuk mengganti kerugian yang ditimbulkannya. Karena perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak berdiri sendiri, perusahaan tentu juga harus memperhatikan pihak-pihak lain yang terkait seperti pemegang saham, pegawai, konsumen, supplier, kreditur dan masyarakat. Disamping itu sesama pengusahapun harus melakukan kegiatan yang baik dan senantiasa dapat memecahkan masalah-masalah sosial yang timbul akibat kegiatan usahanya.

Dapat disimpulkan bahwa Teori Tanggungjawab Sosial sesuai dengan etika ekobisnis yang harus diterapkan oleh perusahaan. Tujuan berdirinya

---

110) Henry R. Cheeseman, op. cit., hal. 149

perusahaan tidak semata-mata untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi ada tanggungjawab moral dari pihak perusahaan agar senantiasa menjaga kelestarian lingkungannya.

Dengan menjalankan etika ekobisnis tentu saja sangat berpengaruh terhadap pengembangan perusahaan, terutama di era globalisasi dan pasar bebas seperti sekarang. Khususnya apabila produksi suatu perusahaan ingin di terima di dunia internasional. Hal ini dibuktikan oleh perusahaan Coca-Cola, yaitu dengan diterimanya ISO 14001 pada tahun 2001, dan merupakan bukti komitmen perusahaan untuk tetap menjaga kelestarian lingkungannya.

Sejak didirikannya Perusahaan Coca-Cola di Jawa Tengah pada tahun 1974 dan mulai beroperasi pada tahun 1976, hingga sekarang tampak perkembangan perusahaan yang begitu pesat. Perusahaan Coca-Cola yang semula hanya memproduksi minuman Coca-Cola, Fanta dan Sprite, beberapa tahun terakhir ini telah menambah jenis produksinya yang berupa minuman teh dengan merek Teh Hi-C dan juga memproduksi air minum dalam kemasan dengan merek Ades yang dibuat dari bahan baku pilihan dan dikemas secara higienis.

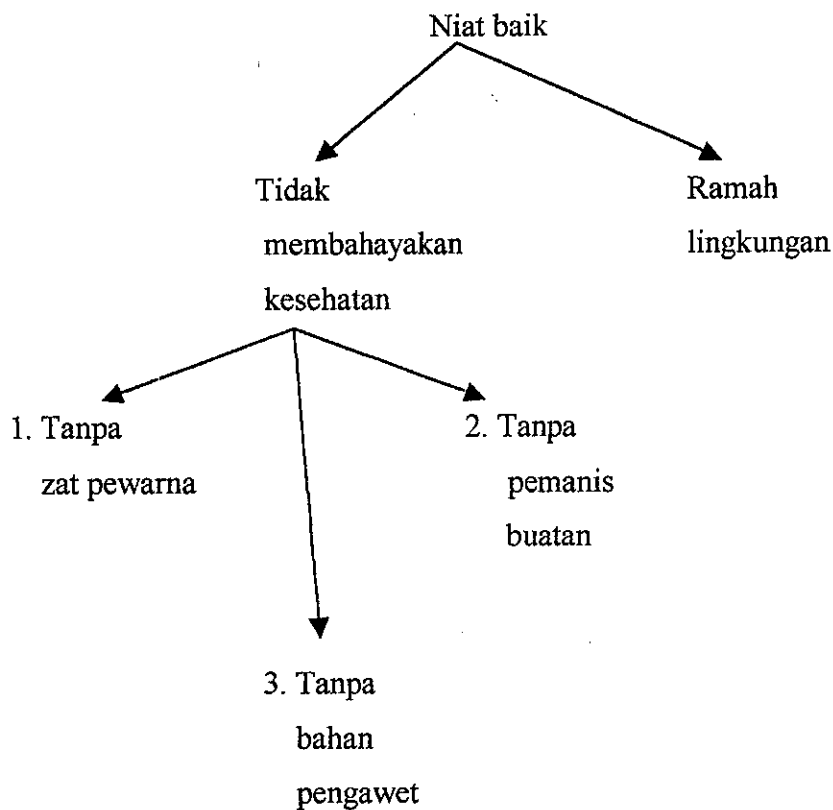
Khususnya di perusahaan Coca-Cola, dengan menjalankan etika ekobisnis, keberadaan perusahaan ini dapat diterima oleh masyarakat sekitar perusahaan dan masyarakat luas. Dan jika tidak menjalankan etika ekobisnis, maka kerugian yang amat besar akan diterima oleh perusahaan, antara lain :

1. Ditolak pasar, citra perusahaan dan citra produk akan hancur.
2. Cita-cita menjadi pelopor *be good citizen* tidak tercapai, karena :
  - tidak adanya sinergi timbal balik keberadaan perusahaan di antara

masyarakat

- berkurang dan hilangnya sumber alam, sosial dan dapat merugikan kehidupan manusia di masa datang

Dalam menjalankan usahanya, Keluarga Sosrodjojo mempunyai filosofi, sebagai berikut :



Dengan menjalankan etika ekobisnis tentu banyak sekali manfaat yang diperoleh perusahaan, yang utama tidak merusak dan ikut serta menjaga kelestarian lingkungan, sehingga keberadaan perusahaan didukung oleh masyarakat sekitar. Perusahaan juga melaksanakan tanggungjawab sosialnya ditengah –tengah masyarakat.

Apabila perusahaan tidak menjalankan etika ekobisnis tentu akan

sangat merugikan perusahaan, dan keberadaan perusahaan tentu tidak akan diterima oleh masyarakat karena kegiatan industrinya dianggap dapat mencemari lingkungan.

Dengan menjalankan etika ekobisnis banyak manfaat yang diperoleh dalam pengembangan perusahaan; antara lain :

Sejak berdirinya P.T. Sinar Sosro pada tahun 1991, kebutuhan tenaga kerja selalu bertambah karena semakin berkembangnya perusahaan, hal ini dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini.

Tabel 8 : Peningkatan kebutuhan tenaga kerja

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
1991	140
1992	185
1993	188
1994	192
1995	203
1996	229
1997	240
1998	242
1999	246
2000	278
2001	275
2002	287

Sumber : P.T. Sinar Sosro Cabang Ungaran - Semarang

Bertambahnya pegawai merupakan salah satu indikasi bahwa perusahaan berkembang dengan baik.

Pada awal berdirinya, perusahaan Teh Sosro hanya memproduksi minuman teh botol saja. Dengan semakin berkembangnya pangsa pasar Sosro, maka pihak perusahaan mengembangkan usaha minuman ke berbagai variasi cita rasa, target segmen, benefit dan kemasan. Seperti Fruitea dengan berbagai cita rasa buah. Hal ini dilakukan untuk semakin memperluas pangsa pasar dan mengembangkan perusahaan

Perusahaan yang sudah bergerak di bidang tertentu dalam suatu bisnis di dalam negeri seringkali lalu mencoba untuk mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Kekuatan-kekuatan bisnis yang telah dimilikinya untuk melayani pasar di dalam negeri dapat dikembangkannya untuk melayani pasar luar negeri secara lebih kompetitif. Hal ini akan menimbulkan beberapa pertimbangan yang mendorong mengapa suatu perusahaan melaksanakan atau terjun ke bisnis internasional, yaitu :

1. Memanfaatkan kapasitas mesin yang masih menganggur yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
2. Produk tersebut di dalam negeri sudah mengalami tingkat kejenuhan dan bahkan mungkin sudah mengalami tahap penurunan (*decline phase*), sedangkan di luar negeri justru sedang berkembang (*growth*).
3. Persaingan yang terjadi di dalam negeri kadang justru lebih tajam katimbang persaingan terhadap produk tersebut di luar negeri.
4. Mengembangkan pasar baru (ke luar negeri) merupakan tindakan yang jauh lebih mudah katimbang mengembangkan produk baru (di dalam negeri).

5. Potensi pasar internasional pada umumnya jauh lebih luas katimbang pasar domestik.

P.T.Sinar Sosro dengan produk bersihnya pada tahun 2000 mulai mengembangkan usaha dengan memasarkan produknya ke luar negeri, yaitu ke Amerika Serikat, Australia dan Timur Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa produk minuman dari P.T. Sinar Sosro dapat diterima di pasar luar negeri dan dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis di pasar internasional.

Bagi perusahaan minuman kelas menengah kebawah, karena belum sepenuhnya menjalankan etika ekobisnis, tidak dapat merasakan pengaruh etika ekobisnis terhadap pengembangan usahanya. Perusahaan ini beranggapan bahwa dengan menerapkan etika ekobisnis akan menambah biaya produksi, yang berakibat naiknya harga produk yang dihasilkan. Hal ini tentu akan merugikan pelaku usaha karena produknya tidak dapat bersaing dengan produk sejenis yang harganya lebih murah.

Pelaku usaha lupa bahwa berinvestasi di sektor lingkungan untuk jangka panjang akan lebih menguntungkan karena pelaku usaha dapat melakukan eko efisiensi, sehingga nantinya dapat menghemat biaya produksi.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian dan setelah dilakukan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

#### **A. KESIMPULAN**

1. Penerapan Etika Ekobisnis pada perusahaan minuman ringan, biasanya dilakukan oleh perusahaan besar yang memiliki pangsa pasar luas dan memiliki modal besar. Perusahaan ini sangat menjaga citra dan nama baik perusahaannya dan senantiasa berupaya untuk melebarkan dan memperluas usahanya. Bahkan dalam era global ini perusahaan-perusahaan besar tersebut berupaya untuk merebut pasar internasional, sehingga perusahaan harus senantiasa memperhatikan, meningkatkan dan menjaga kebersihan produknya, serta agar dapat diterima di dunia perdagangan internasional. Dengan senantiasa menerapkan etika ekobisnis perusahaan mampu bersaing dan dapat mengembangkan usahanya dengan baik. Sementara itu perusahaan minuman kelas menengah kebawah, pada umumnya kesulitan menerapkan etika ekobisnis, karena biaya investasi untuk menjaga dan melestarikan lingkungan cukup besar, sehingga pihak perusahaan tidak mampu untuk melakukannya. Hal ini dikarenakan biaya untuk membuat alat pengolah limbah dan biaya operasionalnya besar sedangkan hasil produksi usahanya tidak sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. Disamping itu tuntutan konsumen atau pasar dimana perusahaan

beroperasi tidak/belum memberlakukan persyaratan-persyaratan lingkungan yang ketat.

2. Dalam menerapkan etika ekobisnis, hampir tidak ada kendala yang dihadapi oleh perusahaan minuman berskala besar. Karena sejak berdirinya, perusahaan tersebut telah memiliki komitmen untuk senantiasa menjaga dan melestarikan lingkungan, sehingga sejak awal perusahaan telah menyediakan dana untuk berinvestasi dalam menjaga lingkungannya. Perusahaan senantiasa menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar perusahaan dan menjalankan tanggungjawab sosial perusahaan. Begitu pula dengan tanggungjawab perusahaan terhadap tenaga kerja sangat diperhatikan, sehingga ada kepuasan kerja bagi tenaga kerja dalam melaksanakan pekerjaannya. Perusahaan juga merasa bertanggungjawab untuk selalu melakukan pemeriksaan dan pengujian lingkungan agar diperoleh data secara sampling yang akurat mengenai sistem pengendalian yang sesuai dengan keadaan di perusahaan maupun jenis pencemarannya, sehingga dapat diupayakan pengendalian yang baik dan pembinaan terhadap tenaga kerja yang berkaitan dengan pengendalian lingkungan agar dapat dicapai penurunan pencemaran seoptimal mungkin.

Bagi perusahaan minuman kelas menengah kebawah tentu saja sukar untuk menerapkan etika ekobisnis, karena keterbatasan dana, tidak adanya kesadaran dan niat baik dari pihak perusahaan/pemilik untuk menjaga kelestarian lingkungan, orientasinya hanyalah keuntungan. Tetapi pada umumnya perusahaan ini berusaha untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya terhadap masyarakat di sekitar perusahaan dan menjalankan tanggungjawab perusahaan terhadap tenaga kerja, seperti mengikutsertakan

tenaga kerja dalam Asuransi Tenaga Kerja (ASTEK) dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK).

3. Pengaruh penerapan etika ekobisnis bagi perusahaan minuman berskala besar sangat terasa. Dengan menjalankan etika ekobisnis perusahaan mendapat dukungan dari masyarakat sekitar pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Perusahaan dapat berkembang dengan baik, produksi meningkat, segmen pasar bertambah, dapat melakukan ekspor ke luar negeri karena produk bersihnya sehingga hasil produksi dapat diterima oleh masyarakat internasional. Hal ini telah dibuktikan dengan diterimanya ISO 9000 dan ISO 14000, yang berarti manajemen mutu dan manajemen lingkungan perusahaan telah diterima dalam kancah perdagangan internasional.

Bagi perusahaan minuman kelas menengah ke bawah, belum sepenuhnya menjalankan etika ekobisnis, orientasinya selama masih dapat diterima oleh pelanggan/pasar, maka akan diproduksi dengan kurang/tidak terlalu memikirkan nilai-nilai yang ada di dalam etika ekobisnis. Bahkan mereka beranggapan dengan membuat unit pengolah limbah justru akan menaikkan biaya produksi dan meningkatnya harga produksi, sehingga harga produknya tidak dapat bersaing dengan produk lain sejenis yang mempunyai harga lebih murah. Disamping itu mereka memanfaatkan fenomena lemahnya penegakan hukum lingkungan, sehingga pihak perusahaan tidak merasa takut akan sanksi yang diberikan oleh Undang-Undang atau peraturan yang ada.

Pada umumnya perusahaan minuman berskala besar mempunyai visi dan misi yang jelas, sehingga mereka berusaha sedemikian rupa agar misi dan visi perusahaannya dapat terwujud. Sedangkan bagi perusahaan minuman kelas

menengah kebawah umumnya belum mempunyai visi dan misi, yang penting produknya dapat diterima pasar.

## **B. SARAN**

1. Sebaiknya semua perusahaan minuman ringan memiliki komitmen untuk menjalankan etika ekobisnis ,guna menjaga dan melestarikan lingkungan, menjalankan fungsi sosial perusahaan dan menjalankan tanggungjawab perusahaan terhadap tenaga kerja. Sehingga perusahaan tidak saja berorientasi pada keuntungan dan kesejahteraan pemilik, tetapi juga melakukan upaya pelestarian lingkungan agar generasi yang akan datang, tetap mempunyai kesempatan yang sama untuk dapat memanfaatkan lingkungan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Pemerintah melakukan *law enforcement* di bidang yang berkaitan dengan lingkungan, supaya tidak terjadi degradasi lingkungan yang semakin parah.
3. Bantuan Pemerintah sangat diperlukan khususnya untuk pembuatan IPAL utamanya bagi pengusaha kelas menengah ke bawah, yang berlokasi dalam suatu kawasan/zona industri yang telah dipersiapkan, karena pembangunan IPAL memerlukan biaya cukup mahal, dan biaya operasinya ditanggung oleh pengusaha. Penggunaan IPAL adalah salah satu cara yang paling baik dalam melakukan tindakan preventif agar pencemaran lingkungan dapat dicegah sedini mungkin.
4. Pentingnya penyuluhan dan pelatihan terhadap masyarakat dan pengusaha tentang pentingnya upaya menjaga dan melestarikan lingkungan, dan kerugian yang ditimbulkan akibat terjadinya pencemaran lingkungan, baik lingkungan air, udara, tanah dan lingkungan sosial.

5. Disarankan pada perusahaan/pelaku usaha untuk menjalankan paradigma produksi bersih dengan cara :

- Memilih proses dan produk untuk mengurangi resiko terhadap manusia dan lingkungan hidup serta sumber daya alamnya.
- Melakukan upaya untuk menggarap proses produksi dengan strategi yang meliputi pelestarian bahan mentah dan energi, penghilangan pemakaian B3, dan pengurangan kadar racun dari semua bentuk buangan dan limbah sebelum meninggalkan proses produksi.
- Mengurangi dampak lingkungan di seluruh daur suatu produk, mulai dari ekstraksi bahan mentah sampai ke pembuangan limbah produk tersebut.
- Melakukan penyempurnaan teknik yang sudah ada, dan perubahan sikap, pandangan dan perilaku produsen,

## DAFTAR PUSTAKA

- Abeng, Tanri, *Managing atau Chaos*, Tantangan Globalisasi dan Ketidakpastian,  
P.T.Penebar Swadaya, Juni, 2000.
- Arimbi,H.P. dan Mas Achmad Santosa, *Peran Serta Masyarakat dalam Pengelolaan  
Lingkungan*, WALHI, Jakarta, 1993
- Bertens, K, *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 2000
- Cannon,Tom, *Corporate Responsibility*, PT Elex Media Komputindo,Jakarta,1995
- Chandra,I,Roby, *Etika Dunia Bisnis*, Yayasan Kanisius, Yogyakarta,1995
- Cheeseman,R.Henry, *Business Law*, Third Edition, Printed in the United States of  
America,1998
- Corporate Culture : *Peranannya Dalam Internalisasi Etika Bisnis dan Tanggung-  
jawab Sosial Perusahaan*, Paper disajikan pada seminar nasional Etika  
Bisnis di Surabaya, 21-22 November 1997.
- De George,Richard T, *Business Ethics*, Englewood Cliffs, Prensice Hall, 1995(4)  
Dalam Dari Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis, P.T.Gramedia,Jakarta, 2001
- Djajadiningrat,T.Surna, dkk, *Ecolabelling dan Kecenderungan Lingkungan Hidup  
Global*, Bina Pariwara, Jakarta,1995
- , *Pengantar Ekonomi Lingkungan*, LP3ES, Jakarta, 1997
- Fuady, Munir, *Hukum Bisnis*, Buku Ketiga, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996
- , *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997
- , *Hukum Perusahaan Dalam Paradigma Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti,  
Bandung, 1999

Grossman, Gregory, *Sistem-Sistem Ekonomi*, Cetakan III, Sinar Grafika, 1995

Hadi, Sudharto P., *Dimensi Lingkungan Perencanaan Pembangunan*, Gadjahmada  
University Press, Yogyakarta, 2001.

-----, *Manusia dan Lingkungan*, Universitas Diponegoro Semarang, 2000

-----, *Aspek Sosial AMDAL – Sejarah, Teori dan Metode*, Gadjah Mada  
University Press, Yogyakarta, 1995

Hardjosoemantri, Koesnadi, *Hukum Tata Lingkungan*, Edisi Kelima, Cetakan X,  
Gama University Press, Yogyakarta, 1994.

-----, *Hukum Perlindungan Lingkungan*, Gama University Press, Yogyakarta,  
1993.

Hadiwiardjo H, Bambang, *ISO 14001, Panduan Penerapan Sistem Manajemen  
Lingkungan*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997

Hartono, Sri Redjeki, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*, Mandar Maju, Bandung,  
2000

Hartono, CFG Sunaryati, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta,  
Jakarta, 1982

Irawan dan Swastha, Basu, *Lingkungan Perusahaan*, Edisi pertama, Cetakan III,  
BPFE-Yogyakarta, 1992

Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Penerbit Kanisius, 1988

-----, *Etika Lingkungan*, Penerbit Kompas Media Nusantara, Jakarta, 2002

----- & Imam, R.H., *Etika Bisnis : Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi  
Luhur*, Yayasan Kanisius, Yogyakarta., 1995

Kismono, Gugup, *Bisnis Pengantar*, Edisi pertama, Cetakan I, BPFE-Yogyakarta,  
2001

- Magnis Suseno, Franz, *Etika Dasar, Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*,  
Yayasan Kanisius, Yogyakarta, 1987
- Makarim A dan Prajitno, Aboe, *Pengendalian Pencemaran Oleh Industri*, Prisma,  
1978.
- Miles, Matthew B, & Huberman, A. Michael, *Analisis Data Kualitatif* (alih bahasa  
Tjetjep Rohendi Rohidi, UI Press, 1992
- Muhammad, Abdulkadir, *Pengantar Hukum Perusahaan Indonesia*, Cet. III.,  
P.T. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995
- Nasution, S, *Metode Penelitian Naturalistik-kualitatif*, Tarsito, Bandung, 1996
- Nugroho, Alois A, *Dari Etika Bisnis Ke Etika Ekobisnis*, P.T. Gramedia, Jakarta,  
2000
- Ohmae, Kenichi, *Dunia Tanpa Batas (The Borderless World)*, Binarupa Aksara,  
Jakarta, 1991
- Panuju, Redi, *Etika Bisnis : Tinjauan empiris dan kita mengembangkan bisnis sehat*,  
PT. Gramedia, Jakarta, 1995
- Purbacaraka, Purnadi, dikutip Soerjono Soekanto, *Penegakkan Hukum*, Bina Cipta,  
Jakarta, 1983
- Raka, Gede, ID, dkk, *Paradigma Produksi Bersih, Mendamaikan Pembangunan  
Ekonomi dan Pelestarian Lingkungan*, Cetakan I, Penerbit Nuansa,  
Bandung, 1999
- Rasjidi, Lili dan Putra, IB, Wijaya, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosda  
Karya, Bandung, 1993
- Reksohadiprodjo, Sukanto dan Brodjonegoro, Andreas Budi Purnomo, *Ekonomi  
Lingkungan, Suatu Pengantar*, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, 1997



- Ritzer, George, Penyadur:1992, Alimandan, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Pers, Jakarta
- Riyanto,Bambang, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, BPFE, Yogyakarta, 1995
- Salam,Faisal, *Pertumbuhan Hukum Bisnis*, Pustaka, Bandung, 2001
- Sanusi, Bachrawi, *Sistem Ekonomi Suatu Pengantar*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2000
- Santosa,Mas Achmad, *Aktualisasi Prinsip-prinsip Pembangunan Berkelanjutan yang Berwawasan Lingkungan dalam Sistem dan Praktek Hukum Nasional*, Jurnal Hukum Lingkungan, Tahun III ICEL, Jakarta 1996
- Sastrawijaya,A.Tresna, *Pencemaran Lingkungan*, PT.Rineka Tama, Jakarta, 1991
- Satriago,Handry, *Himpunan Istilah Lingkungan untuk Manajemen*, PT.Gramedia, Jakarta, 1996
- Siagian, Sondang P, *Etika Bisnis*, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1996
- , *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta, 1995
- Sidharta,, B.A., *Refleksi Tentang Struktur Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Bandung, 1999
- Simatupang, Richard Burton, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 1996
- Simorangkir,O.P, *Etika Bisnis*, Yagart, Jakarta,1986
- Singarimbun,Masri, *Metode Penelitian Survai*, Cetakan II, P.T.Pustaka, Jakarta, 1995
- Sitepoe,Mangku, *Air untuk Kehidupan, Pencemaran air dan Usaha Pencegahannya*, PT.Grasindo, Jakarta, 1997
- , *Usaha Mencegah Pencemaran Udara*, PT.Grasindo, Jakarta,1997

- Sobirin, Achmad, *Corporate Culture : Peranannya Dalam Internalisasi Etika Bisnis dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan*, Paper disajikan pada seminar nasional Etika Bisnis di Surabaya, 21-22 November 1997.
- Soekanto, Soerjono, dan Mamudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 1988.
- , *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan III, UI Press, Jakarta, 1986
- Soemarwoto, Otto, *Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, Jambatan, Jakarta, 1983
- , *Pandangan Manusia Terhadap Ekosistemnya*, Suara Merdeka, 22 April 1994
- Soemitro, Ronny Hanitijo, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan IV, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- , *Studi Hukum Masyarakat Dan Teknologi*, Agung Press, Semarang, 1990
- , *Hukum dan Masalah Penyelesaian Konflik*, Agung Press, Semarang, 1990
- , *Hukum dan Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Di Dalam Masyarakat*, Pidato Pengukuhan Sebagai Guru Besar Universitas Diponegoro, Semarang, 6 Desember 1990
- , *Studi Hukum dan Masyarakat*, Alumni Bandung, 1982
- , *Permasalahan Hukum Di Dalam Masyarakat* (Edisi II), Alumni Bandung, 1984
- Soerjani, M, *Ekologi Manusia dan Ilmu Lingkungan*. Makalah pada Kursus AMDAL Angkatan V, PP SML UI, Jakarta, 1984
- Sudjana, Eggi dan Riyanto, *Penegakan Hukum Lingkungan Dalam Perspektif Etika Bisnis di Indonesia*, P.T.Gramedia, Jakarta, 1999.

- Suharto,Rakhmat Bowo, *Perlindungan Hak Dunia Ketiga Atas Sumber Daya Alam*,  
PT Tiara Wacana, Yogyakarta,2001
- Sunggono,Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, Cetakan III, P.T.Grafindo,  
Jakarta, 2001
- Sunu,Pramudya, *Melindungi Lingkungan dengan Menerapkan ISO 14001*,  
PT.Grasindo, Jakarta, 2001
- , *Peran SDM dalam Penerapan ISO 9000*, Terbitan Pertama, PT.Gramedia,  
Jakarta,, 1999
- Suparmoko,M, dan Suparmoko,R,Maria, *Ekonomika Lingkungan*, Cetakan I, BPPE  
Yogyakarta, 2000
- Sri Wahyudi,Agustinus, *Manajemen Strategik*, Binarupa Aksara, 1996
- Suseno,SJ,Franz Magnis, dkk., *Etika Bisnis, Dasar Dan Aplikasinya*, P.T.Grasindo,  
Jakarta, 1994.
- Suwarsono, *Manajemen Strategik, Konsep Dan Kasus*, Penerbit UPP AMP YKPN,  
Yogyakarta, 1994
- Swastha,Basu dan Sukotjo,Ibnu, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Cetakan IX,  
Liberty Yogyakarta, 2001
- Tunggal, Iman Sjahputra & Tunggal, Amin Widjaja , *Membangun Good Coporate  
Governance*, Harvarindo, 2002
- Waluyo, Bambang, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 1991
- Wardhana,Wisnu Arya, *Dampak Pencemaran Lingkungan*, Penerbit ANDI, Yogya-  
karta,2001
- Wasis, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Penerbit Alumni Bandung, 1997
- Widjaya,I.G.Rai, *Hukum Perusahaan*, Kesaint Blanc, Jakarta, 2000

Winardi, *Aspek-Aspek Manajemen Pemasaran*, Mandar Maju, Bandung, 1992

Yani, Ahmad dan Widjaja, Gunawan, *Seri Hukum Bisnis Perseroan Terbatas*,

P.T.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000

### **Undang-Undang**

- Undang-Undang Nomor 5 tahun 1984 tentang Perindustrian
- Undang-Undang Nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup